

---

## Peningkatan *Skills* Bisnis Madu Petani Tawon Alas Lereng Semeru

Fiqhi Fahrezi Fanani<sup>1</sup>, Nurul Humaidah<sup>1</sup> dan M. Muizzhuddin<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Malang (Peternakan, Universitas Islam Malang), Jl. Mt. Haryono No. 193, Kota Malang, Indonesia, Kode Pos 65144

Correspondence: [fiqhifahrezifan@gmail.com](mailto:fiqhifahrezifan@gmail.com)

Received: 15/10/20 – Revised: 29/10/20 - Accepted: 29/10/20- Published: 15/12/20

**Abstrak.** Petani tanaman hortikultura di Desa Wringinanom sering mencari madu hutan di sela-sela waktu senggang untuk mencari pemasukan tambahan. Dari tanaman cabai mereka mendapat pemasukan hanya 3 bulan sekali. Kalau harga cabai jatuh petani semakin terpuruk. Madu Hutan sebagai pekerjaan sampingan sebenarnya sangat mendukung pendapatan petani jika mereka dibekali dengan Skill bisnis yang terarah. Tujuan dari program pengabdian adalah Meningkatkan pengetahuan dan Skills petani dalam bisnis madu hutan sehingga madu hutan menjadi main income petani dan berkelanjutan. Selain itu juga mengangkat Madu Hutan menjadi Icon Produk Desa Wringinanom Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah adalah 1. Action research, 2. Pemberdayaan Partisipatif (Penyuluhan, Demoplot dan Pelatihan), 3. Metode Pendampingan (produksi madu, pemasaran, pembentukan mitra dan jejaring bisnis), 4. Monev (monitoring dan evaluasi internal). Hasil Sainifik yang diperoleh adalah peningkatan skills bisnis petani tawon alas sangat diperlukan guna meningkatkan pendapatan dan menjadikan petani mempunyai main income yang berkelanjutan. Hasil implementasi metode adalah 1. Bertambahnya pengetahuan tentang wawasan entrepreneurship bagi petani, 2. Petani mempunyai ketrampilan pengolahan madu hutan meliputi : penanganan hasil madu hutan, pengecekan kualitas madu sesuai standart, packaging, labelling, 3. Petani mempunyai ketrampilan mengolah madu menjadi produk yang siap dipasarkan di pasar nasional, 4. Terbentuk Icon Desa yaitu produk madu dengan label Madu Tawon Alas Lereng Semeru, 5. Terbentuk jejaring bisnis dan mitra bisnis. Simpulan adalah pengetahuan dan skills bisnis madu petani tawon alas Lereng Semeru menjadikan wawasan dan ketrampilan tentang bisnis madu tawon alas meningkat serta petani menghasilkan produk icon desa yaitu madu Tawon Alas Lereng Semeru

**Kata kunci:** *bisnis, skills, madu, petani, hutan*

## PENDAHULUAN

Desa Wringinanom berada di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. Desa Agraris ini terletak di barat lereng Gunung Semeru dengan ketinggian 1200-1400 meter dpl. Curah hujan rata-rata antara 2300-2500 mm per tahun dan suhu rata-rata 21,7<sup>0</sup>C. Kondisi geografis dan iklim ini mendukung usaha pertanian, peternakan serta wisata. Tanaman hortikultura seperti Cabe (lombok) dan sayuran mendominasi di antara tanaman lainnya seperti tanaman palawija serta perkebunan. Kondisi alam yang demikian ini telah mengantarkan sektor pertanian secara umum menjadi penyumbang Produk Domestik Desa Bruto (PDDB) terbesar yaitu Rp 3.600.000.000 atau hampir 90 % dari Produk Domestik Desa Bruto (PDDB) Desa yang secara total mencapai Rp. 4.000.000.000,-

Tetapi di lain pihak tingkat kemiskinan di Desa Wringinanom termasuk tinggi. Dari jumlah 1.677 Kartu Keluarga (KK) yang tercatat, 507 KK masuk kelompok Pra Sejahtera dan 296 KK tercatat Keluarga Sejahtera I, 258 KK tercatat Keluarga Sejahtera II, 566 KK tercatat Keluarga Sejahtera III dan 61. KK sebagai sejahtera III plus. Jika KK golongan Pra-sejahtera dan KK golongan I digolongkan sebagai KK golongan miskin, maka lebih 47.57 % KK Desa Wringinanom adalah keluarga miskin.

Desa Wringinanom mempunyai wilayah hutan seluas 156,81 Ha yang meliputi hutan lindung, Hutan Rakyat, Hutan produksi dan hutan cagar alam. Sebagian besar memang dikelola Perhutani tapi masyarakat desa boleh memanfaatkan asal tidak merusak ekosistemnya. Di hutan-hutan inilah banyak sekali tawon hutan (lebah liar) yang menghasilkan madu asli hutan

Masa pandemi Covid 19 menambah terpuruknya ekonomi masyarakat desa dengan diterapkan pembatasan sosial berskala besar (PSBB). Hasil panen yang tidak terdistribusikan ke masyarakat akhirnya membusuk. Hal tersebut berakibat pada hasil panen yang tidak dapat dijual sehingga petani tidak mendapatkan penghasilan. Petani juga merugi karena sebagian ongkos biaya produksi seperti pembelian pupuk belum terbayarkan.

Harga cabai yang fluktuatif tidak seimbang dengan biaya produksi. Panen cabai dan sayur yang hanya dapat dilakukan 2-3 bulan sekali membuat petani tidak mempunyai pemasukan rutin per bulan. Selain itu pemberlakuan PSBB karena pandemi Covid 19 membuat ekonomi petani lebih terpuruk lagi. Di masa pandemic Covid -19 saat ini, sulit rasanya para petani untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari apalagi untuk membiayai biaya produksi cabai dan sayur.

Sebenarnya ada usaha sampingan petani cabe dan sayur yaitu mencari madu di hutan lereng Semeru. Potensi Hutan Lereng Semeru dalam bidang produksi madu tawon alas sangat besar. Sayangnya petani tidak mempunyai pengetahuan dan keterampilan tentang budidaya lebah madu tawon alas. Selain itu petani tidak mempunyai wawasan entrepreneurship bahwa madu tawon alas dapat dijadikan Pendapatan Utama Pendukung (*The main support income*) jika dikelola dengan *Smart* dan berkelanjutan.

Tujuan dilakukan pengabdian masyarakat adalah pemberdayaan petani melalui peningkatan *skills* bisnis madu tawon alas sehingga madu dapat dijadikan sebagai penghasilan utama yang berkelanjutan.

### MASALAH

Tim sudah melaksanakan survey di Desa Wringinanom menemui petani cabe dan sayur sekaligus juga survey di hutan untuk melihat dan ikut langsung panen madu tawon alas. Dari hasil wawancara dengan petani diketahui bahwa ada 3 kelompok petani yang biasa mencari madu di hutan. Setiap kelompok beranggotakan 5-7 orang. Kelompok tersebut pergi ke hutan seminggu 2-3 kali ketika sudah selesai mengerjakan pekerjaan pokoknya di kebun. Rata-rata hasil madu hutan yang diperoleh adalah 5-7 botol dengan volume 300 ml/botol. Mereka menjual dengan harga Rp.300.000/botol. Pemasukan ini cukup lumayan dan kontinu dibandingkan dengan hasil cabe dan sayur. Pendapatan petani cabe dan sayur diperoleh ketika panen 3 bulan sekali. Pendapatan petani dengan rata-rata kepemilikan ladang 1 Ha adalah Rp.2.500.000/3 bulan.

Sayangnya madu hutan yang dijual tersebut belum ada sentuhan bisnis sama sekali baik dari sisi pengolahan pasca panen, *packing*, *labelling* maupun marketing. Seperti contoh misalnya kemasan yang digunakan hanya menggunakan botol dengan satu ukuran dan tanpa ada *labelling*. Pemasaran juga dilakukan secara konvensional dalam lingkup yang kecil. Oleh karena itu perlu diedukasi dan diberi pelatihan mengenai *Business Skills* untuk meningkatkan kualitas madu yang diperoleh dan menambah pendapatan para petani. Dari hasil diskusi dengan Kepala Desa setempat diketahui bahwa belum ada kelembagaan yang konsen dalam menangani usaha ini. Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) juga belum dikelola secara massif. Program pengabdian ini dijadikan pemantik untuk menghidupkan BUMDES supaya menjadi Produk Unggulan Desa Wringinanom sehingga secara tidak langsung juga dapat mengangkat perekonomian petani.

## METODE PELAKSANAAN

Program pemberdayaan masyarakat petani di Desa Wringinanom Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang ini dilakukan dengan metode yaitu :1.) Action Research (kaji tindak) berdasarkan kegiatan praktek penanganan pasca panen madu. 2.) Pemberdayaan Partisipatif yang meliputi penyuluhan, demoplot dan pelatihan. Para petani dilibatkan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan agar sesuai dengan kebutuhannya dan mampu mandiri setelah kegiatan berakhir. kegiatan ini mengacu pada filosofi berbuat bersama, berperan setara dengan pendampingan sampai selesai program. 3.) Metode Pendampingan yang meliputi produksi madu, pemasaran, pembentukan mitra dan jejaring bisnis. Metode pendampingan dan fasilitasi dilakukan dalam rangka mengontrol keberlanjutan usaha (Rachmah et al., 2019), terutama mekanisasi alat-alat produksi, pembenahan manajemen usaha dan bantuan bahan baku dalam upaya meningkatkan. 4.) Monev (monitoring dan evaluasi internal), kegiatan monitoring dimaksudkan agar seluruh kegiatan yang sudah dijadwalkan dan disepakati bersama dapat berlangsung sesuai dengan harapan dan sesuai keadaan faktual di lapangan.

Teknik pengumpulan data dalam pemberdayaan ini dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi (Artikel). Analisis data menggunakan teknik deskriptif kuantitatif (prosentase) dan kualitatif. Data yang diperoleh dianalisis dengan teknik kuantitatif dengan memprosentasekan jawaban narasumber (responden). Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Wringinanom Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang mulai Bulan Agustus sampai dengan Bulan November 2020.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengetahuan Entrepreneurship Petani

Pengetahuan entrepreneurship petani sebenarnya sudah ada tapi dalam level yang rendah. Hal ini diketahui dari hasil kuisioner yang telah diberikan kepada petani sebelum melakukan seluruh program yang dapat dilihat pada Tabel 1 di bawah ini

**Tabel 1.** Pengetahuan Entrepreneur Petani Sebelum dan setelah pelaksanaan Program

Ruang Lingkup	Sebelum	Setelah
Pengetahuan Bisnis	20%	80%
Pengetahuan Pengolahan	25%	75%

Dari hasil kuisioner diperoleh data bahwa setelah pelaksanaan program para petani memiliki minat dan pengetahuan yang cukup baik dalam bidang *entrepreneur*. Pengetahuan bisnis menunjukkan nilai 80% yang artinya petani cukup menguasai tentang bisnis yang dijalani, hanya saja belum dapat berjalan secara maksimal. Pada bidang pengolahan pasca panen madu para petani menunjukkan respon positif 75%. Nilai tersebut berada di bawah prosentase nilai bisnis karena sesuai dengan kondisi lapang para petani belum pernah melakukan pengolahan hasil panen. Meskipun demikian, para petani cukup antusias dalam mengikuti program guna meningkatkan kualitas produknya. Dengan adanya *action research* maka dalam penyuluhan kewirausahaan ini dapat memberikan poin-poin yang lebih terarah sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh petani.

Petani sudah mengembangkan jiwa kewirausahaannya dengan mampu mengidentifikasi potensi wilayah sekitar tempat tinggalnya yang dapat dijadikan sebagai bisnis. Namun karena keterbatasan informasi dan pengetahuan, mereka kurang dalam mengembangkan ide secara inovatif. Hal ini sesuai dengan pendapat Handaru et al. (2015) bahwa wirausaha adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk dapat mengidentifikasi peluang yang signifikan sehingga dapat menciptakan usaha baru dan berbeda yang secara inisiatif memanfaatkan sumber daya dengan cara-cara yang inovatif dan bersedia mengambil risiko.

Dengan bertambahnya pengetahuan *entrepreneurship* maka para petani dapat melakukan pengembangan bisnis budidaya tawon alas ini secara maksimal. Adanya peluang melakukan perubahan dan memaksimalkan potensi yang ada dapat diraih dengan pengetahuan di bidang kewirausahaan. Sesuai dengan Saragih (2017), pebisnis dapat menemukan cara untuk mengombinasikan wujud kepedulian mereka terhadap berbagai masalah ekonomi dan social dengan harapan akan menjalani kehidupan yang lebih baik

### **Pelatihan Pengolahan Pasca Panen Madu**

Pasca panen adalah sebuah tindakan yang dimulai dengan produksi lalu kemudian diolah dengan cara tertentu hingga sampai tahap siap dipasarkan (Anonymous, 2019). Setelah pemanenan tersebut perlu tindakan tertentu untuk memperoleh produk yang sesuai standar dengan kualitas dan nilai jual lebih. Begitu juga dengan madu, ketika telah dipanen maka perlu perlakuan khusus sebelum dipasarkan sehingga menghasilkan produk yang berkualitas, aman dan siap dikonsumsi.

Pada umumnya pemanenan madu dari jenis lebah *Apis dorsata* yang biasa dilakukan petani madu dengan mengambil semua sisiran tanpa memisahkan sisiran madu yang sudah

tertutup dan belum tertutup Ajeng et al. (2014). Hasil panen madu hutan yang diperoleh para petani biasanya langsung dikemas dalam botol tanpa melakukan pengolahan terlebih dahulu. Hal ini dapat mengakibatkan adanya aktifitas enzim yang berlebih saat madu disimpan dalam botol. Aktifitas enzim tersebut dapat berdampak pada pembekuan madu atau kristalisasi yang semakin cepat. Selain itu gas yang terakumulasi akibat aktifitas enzim dalam botol dapat menyebabkan botol pecah selama penyimpanan atau pendistribusian yang artinya akan menyebabkan kerugian pada petani.

Untuk mengantisipasi hal tersebut maka dilakukan pelatihan terhadap petani tentang pasteurisasi madu hutan. Petani dikenalkan dengan alat-alat sederhana yang digunakan dalam pengolahan madu. Kemudian petani diajarkan merangkai posisi panci yang digunakan untuk pasteurisasi dengan system *steam* yakni dipanaskan secara tidak langsung di dalam air hingga suhu mencapai 60<sup>0</sup>C. Pelatihan pasteurisasi dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah ini



**Gambar 1.** Para petani mengikuti pelatihan pengolahan pascapanen

. Menurut Sabil et al. (2015) Pasteurisasi merupakan suatu proses pemanasan yang menggunakan suhu rendah di bawah 100<sup>0</sup>C. Pasteurisasi bertujuan untuk menonaktifkan enzim- enzim dan memperpanjang daya simpan. Adapun alasan pasteurisasi pada madu yaitu 1) agar madu lebih stabil dan tahan lama, 2) menginaktifkan enzim yang terdapat pada madu, 3) meminimalisasi kerugian akibat kerusakan madu dan kemasan, 4) membuat madu bisa dikonsumsi berbagai kalangan usia.



**Gambar 2.** Pelatihan pasteurisasi madu

Madu dipasteurisasi dengan system *Long Time Low Temperature* yaitu dengan waktu sekitar 30 menit pada suhu 60-65<sup>0</sup>C. Pasteurisasi ini bertujuan agar enzim yang ada pada madu tidak rusak (Prestigious, 2020).

### **Pengecekan Kualitas Madu**

Setelah adanya pengolahan, perlu dilakukan *controlling* terhadap produk yang siap dikemas. Tujuan *controlling* adalah untuk mengetahui rasa madu yang dihasilkan dan menilai kualitasnya. *Controlling* tersebut dilakukan dengan melakukan uji organoleptik pada madu yaitu menilai warna, bau, dan rasa dari madu. Indikator organoleptik pada madu dipengaruhi oleh jenis tanaman sumber nektarnya. Warna madu dipengaruhi oleh kandungan mineral yang terdapat pada madu (Evahelda et al., 2017). Uji organoleptik ini dipilih agar para petani mudah mengaplikasikan dan mudah dalam mengontrol hasil madu yang ada.

Para petani melihat dan mencicipi sampel madu yang dihasilkan kemudian membandingkan perbedaan sampel madu tersebut. Mereka dapat merasakan perbedaan kekentalan madu dan juga rasa manis pada madu yang ada. Dengan uji organoleptik ini dapat dilakukan sebagai langkah untuk *recording* madu yang dipasarkan sehingga dapat dipantau bagaimana kualitas madu yang ada selama penyimpanan serta setelah sampai pada konsumen.

### **Pelatihan Pengemasan dan *Labeling* Produk**

Kemasan pada produk harus sesuai dengan syarat penyimpanan madu. Penyimpanan madu harus dalam wadah yang tertutup dan kedap udara supaya terhindar dari kerusakan akibat bau dan kelembaban udara (Anonymous, 2016). Sebelum adanya pendampingan, para petani mengemas produk dengan apa adanya. Botol bekas sirup dan botol plastic digunakan sebagai pengemas madu sebelum dipasarkan.

Mufreni (2016) menyatakan bahwa bentuk kemasan menggambarkan ukuran produk yang dikemas di dalamnya. Konsumen menggunakan bentuk sebagai persepsi dalam menentukan isi atau ukuran berat produk di dalamnya dan beberapa kemasan dibuat lebih besar agar lebih menarik persepsi calon pembeli untuk dibandingkan dengan produk competitor. Meskipun konsumen merasa isi atau volume produknya tidak sesuai atau lebih sedikit dari ukuran kemasannya, tidak merubah persepsi untuk menggunakan bentuk kemasan sebagai patokan dalam menentukan isi produk di dalamnya. Hal tersebut yang mendasari pemilihan kemasan produk madu ada berbagai ukuran yaitu besar (660 ml) dan

kecil (250 ml). Pemilihan dua kemasan tersebut didasarkan pada estetika kemasan, peningkatan pendapatan, dan memudahkan konsumen dalam memilih.

Setelah dilakukan pengemasan, maka para petani diajarkan untuk memberikan segel pada produk madu tersebut. Sebelum adanya kegiatan program pemberdayaan ini, para petani tidak melakukan segel pada produk madunya. Penyegelan tutup botol dilakukan dengan menggunakan plastic segel yang dipanaskan dengan korek api atau lilin. Dengan adanya segel tersebut membuat tutup botol menjadi kencang dan lebih rapat. Segel ditujukan untuk menjamin keaslian produk. Dengan adanya segel tersebut maka akan meyakinkan konsumen akan kualitas dan keaslian produk terjamin (Djiwo et al., 2018).



**Gambar 3.** Para petani melakukan pengemasan dan pelabelan produk

Kemasan produk madu tawon alas para petani dijual tanpa menggunakan label. Penggunaan label nantinya akan meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk tersebut. Label pada dasarnya mempunyai beberapa fungsi yaitu mengidentifikasi produk dan merek, menentukan kelas produk dan menjelaskan produk, mempromosikan produk melalui gambar yang menarik (Susetyarsi, 2012).



A



B

**Gambar 4.** Produk sebelum (A) dan sesudah pelatihan (B)

Pada label yang dibuat mencantumkan logo produk, gambar, komposisi, tanggal pengemasan dan juga tanggal kadaluarsa. Selaras dengan pendapat [Devi et al. \(2013\)](#) yang menyebutkan jika produk pangan yang dikemas perlu dilengkapi dengan label yang di dalamnya berisi informasi ingredient, komposisi produk, tanggal kadaluwarsa, informasi gizi dan rekomendasi gizi yang dianjurkan serta informasi penting lainnya seperti label halal, dan lain-lain.

### **Produk Madu Tawon Alas Menjadi Icon Desa**

[Oscario, \(2013\)](#) menyatakan bahwa *brand* adalah aset tak berwujud yang berupa rangkuman pengalaman terhadap sebuah entitas. *Brand* yang sukses dapat membangun sebuah identitas atau kepribadian yang dapat menjalin hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Selanjutnya [Oscario \(2013\)](#) juga menyatakan bahwa penting untuk merencanakan logo yang dapat mencerminkan kepribadian dan jiwa sebuah *brand*.

Selain untuk menambahkan nilai jual produk madu tersebut *branding* bertujuan untuk memudahkan konsumen dalam mengenal serta mengingat produk tersebut. Sebelumnya para petani belum memberikan merek atau *brand* pada produknya sehingga kurang dikenal di masyarakat. Brand yang diusung untuk mendukung produk ini adalah “Lereng Semeru” yang menunjukkan lokasi produksi madu tersebut. Dengan mengusung merek “Lereng Semeru”, maka konsumen akan mengingat produk tersebut berasal dari Desa Wringinanom sehingga menjadikan madu tersebut sebagai produk unggulan atau icon desa. Jika didukung oleh pemerintah Desa, maka dapat menjadikan bisnis ini sebagai BUMDES (Badan Usaha Milik Desa). Jika sebuah desa telah menemukan produk unggulan untuk dikembangkan maka lebih mudah bagi desa untuk membangun akses pasar dan bisa dikembangkan dalam skala besar sehingga lebih menguntungkan ([Sukiyono et al., 2019](#)). Brand Madu Tawon Alas Lereng Semeru dapat dilihat pada Gambar 5 di bawah ini



**Gambar 5.** Logo *brand* Lereng Semeru

---

## Strategi Pemasaran Produk

Setelah adanya hasil panen yang cukup melimpah, para petani ternyata kesulitan untuk menjual madunya. Rata-rata hasil madu hutan yang diperoleh adalah 5-7 botol dengan volume 300 ml/botol. Mereka menggunakan jalur distribusi yang cukup panjang sehingga keuntungan yang didapatkan kurang maksimal. Setelah produk terjual, pada periode panen berikutnya angka konsumen juga menurun. Suherman et al. (2017) menyatakan dalam hal pemasaran, kondisi yang paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk unggulannya, dengan menciptakan loyalitas bagi pelanggan dan menjaga ketersediaan serta konsistensi kualitas produk madu.

Menurut Asse (2018) pemasaran online merupakan metode mengintegrasikan media baru (*new media*) pada penerapan strategi pemasaran. Sosial media yang menjadi produk dari media baru menjadi perangkat pemasaran yang adaptif dalam mengkampanyekan suatu produk. Untuk itu para petani diajarkan menggunakan teknologi dalam pemasaran. Strategi pemasaran secara online dipilih untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Pembuatan akun social media Instagram dan Facebook digunakan untuk memasarkan produk tersebut.

Pada pemasaran sebelumnya para petani hanya memasarkan lewat mulut ke mulut. Hal tersebut berakibat jangkauan pasar kurang meluas. Pencari madu hutan memperoleh pendapatan yang kurang maksimal karena adanya jalur distribusi kepada pengepul atau penyalur produk terlebih dahulu. Justru pengepul inilah yang mendapatkan keuntungan lebih tinggi karena tidak perlu susah mencari madu di hutan.

Dengan dikenalkan melalui pemasaran online, para petani dapat berhubungan langsung dengan para konsumen yang ingin membeli produk madu. Dengan memangkas jalur distribusi juka dapat mningkatkan pendapatan petani tanpa harus menekan biaya produksi atau mengurangi kualitas produk. Penjualan secara offline juga diterapkan melalui kerjasama dengan Industri penjualan madu yang dapat menampung hasil panen petani. Selain itu ada juga kerja sama di Ministore Universitas yang melayani penjualan produk melalui outlet atau toko untuk penguatan pemasaran.

Madu memiliki pangsa pasar yang luas dan prospek yang baik, sehingga banyak peternak lebah madu berkompetisi dalam persaingan di bidang usaha ternak lebah madu (Suherman et al., 2017). Hal tersebut memberi peluang bisnis para petani dapat berkembang pesat jika dikelola secara tepat dan berlanjut.

## KESIMPULAN

Program pengabdian berhasil meningkatkan pengetahuan petani tentang bisnis madu sebanyak 80% sedangkan pengetahuan dan ketrampilan pengolahan madu sebanyak 75%. Pengetahuan bisnis yang diperoleh petani meliputi : *branding*, *online marketing* dan jejaring bisnis. Pengetahuan pengolahan madu meliputi : pasteurisasi madu, *packaging* dan *labelling*. Selain itu petani juga mempunyai pengetahuan tentang produk sampingan madu yang dapat dijadikan *different product* yaitu : Bee pollen, Propolis dan Royal jelly.

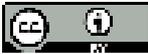
## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada DIKTI KEMDIKBUD yang telah mendanai program pengabdian melalui Program Holistik Pembinaan dan Pemberdayaan Desa (PHP2D) Tahun 2020 dan Universitas Islam Malang yang memberikan fasilitas selama kegiatan pengabdian berlangsung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng P., Minarti S., Junus M., 2014, Perbandingan Kadar Air Dan Aktivitas Enzim Diastase Madu Lebah Apis mellifera Di Kawasan Pengembangan Mangga (*Mangifera indica*) Dan Kawasan Pengembangan Karet (*Hevea brasiliensis*), Universitas Brawijaya. Malang
- Anonimous. 2019. Pengertian Dan Definisi Pasca Panen. Dinas Pertanian Kabupate Buleleng. <https://www.bulelengkab.go.id/detail/artikel/pengertian-dan-definisi-pasca-panen-75>
- Anonimous. 2016. Menenal Madu dan Efek Penyimpanan. BPOM. Artikel. <http://ik.pom.go.id>
- Asse, R. A. A. (2018). Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank Di Makassar). *KAREBA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 219–231.
- Devi, V. C., Sartono, A., & Isworo, J. T. (2013). Praktek pemilihan makanan kemasan berdasarkan tingkat pengetahuan tentang label produk makanan kemasan, jenis kelamin, dan usia konsumen di pasar swalayan ADA Setiabudi Semarang. *Jurnal Gizi*, 2(2).
- Djiwo, S., Pohan, G. A., & Praswanto, D. H. (2018). Dryer Segel Botol Plastik Untuk Peningkatan Kualitas Kemasan Botol Vitamin Unggas Di Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks" Soliditas"(J-Solid)*, 1(2), 84–89.
- Evahelda, E., Pratama, F., & Santoso, B. (2017). Sifat fisik dan kimia madu dari nektar pohon karet di Kabupaten Bangka Tengah, Indonesia. *Agritech*, 37(4), 363–368.
- Handaru, A. W., Pagita, M. P., & Parimita, W. (2015). Karakteristik Entrepreneur Melalui Multiple Diskriminan Analisis (Studi Pada Etnis Tionghoa, Jawa dan Minang di Bekasi Utara). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 351–375.

- Mufreni, A. N. F. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
- Nabiu, Musriyadi., *et al.*, 2019. Pengembangan Produk Unggulan Desa. : Belajar dari KTM Mahalona. Pusdatin Balilatfo. Jakarta.
- Oscario, A. (2013). Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Brand. *Humaniora*, 4(1), 191–202.
- Prestigious, Aurelia. 2020. Mengapa Madu (Komersial) Dipasteurisasi. <https://dailyhoney.co.id/mengapa-madu-komersial-dipasteurisasi/>
- Rachmah, A. D., Rasmikayati, E., & Saefudin, B. R. (2019). Factors related to continuation of mango cultivation. *Jurnal Pertanian*, 10(2), 52–60.
- Sabil, S., Malaka, R., & Yuliati, F. N. (2015). Pasteurisasi High Temperature Short Time (Htst) Susu Terhadap *Listeria monocytogenes* Pada Penyimpanan Refrigerator. *Universitas Hasanuddin Makasar*.
- Saragih, R. (2017). Membangun usaha kreatif, inovatif dan bermanfaat melalui penerapan kewirausahaan sosial. *Jurnal Kewirausahaan*, 3(2), 26–34.
- Suherman, D., Kadarsih, S., & Gusmantoro, M. G. (2017). Strategi Pemasaran Madu Berdasarkan Karakteristik Konsumen di Kota Bengkulu. *Jurnal Sain Peternakan Indonesia*, 12(2), 171–183.
- Susetyarsi, T. (2012). Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 4, 132997.



© 2020 by authors. Content on this article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International license. (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).