

**PENERAPAN TEKNOLOGI DAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK MADU  
KLANCENG PADA KELOMPOK TANI HUTAN (KTH) LEBAH BROMO DI  
KHDTK GUNUNG BROMO JAWA TENGAH**

Catur Sugiarto<sup>1</sup>, Tulus Haryono, Retno Tanding Suryandari, Dan Pram Suryanadi

**Abstrak**

Program pengabdian masyarakat ini disusun dalam rangka meningkatkan manajemen bisnis dan pemasaran UMKM madu Klanceng pada Kelompok Tani (KTH) Lebah Bromo, KHDTK Gunung Bromo UNS. Tujuan akhir yang akan dicapai adalah efektivitas dalam pengelolaan bisnis serta peningkatan wawasan pengembangan produktivitas ternak lebah. Mengingat manfaat jenis Madu Klanceng yang sangat tinggi serta permintaan pasar akan produk kesehatan, maka produk Madu Klanceng memiliki potensi yang sangat baik untuk dikembangkan. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra berdasarkan hasil observasi antara lain terkait perlunya peningkatan produksi lebah Klanceng dan pengetahuan pemasaran yang perlu ditingkatkan. Melalui program ini diharap terjadi peningkatan pemahaman peningkatan produksi madu dan peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap manajemen bisnis dan strategi pemasaran yang efektif.

**Kata Kunci:** Madu Klanceng, Ternak Lebah, Pemasaran, Produksi Madu

**Abstract**

*This community service program was structured in order to improve business management and marketing of Klanceng honey SMEs at the Bromo Bee Farmers Group, KHDTK Mount Bromo UNS. The final goal to be achieved is effectiveness in managing the business and increasing insight into the development of beekeeping productivity. Considering the very high benefits of this type of Klanceng Honey and the market demand for health products, the Klanceng Honey product has very good potential to be developed. The problems faced by partners based on observations include the need to increase Klanceng bee production and marketing knowledge that needs to be improved. Through this program it is hoped that there will be an increase in understanding of increasing honey production and an increase in the understanding of business actors regarding effective business management and marketing strategies.*

**Keywords:** Klanceng Honey, Bee, Marketing, Honey Production

---

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret ([caturugiarto@staff.uns.ac.id](mailto:caturugiarto@staff.uns.ac.id))

## **1. PENDAHULUAN**

Madu merupakan cairan alami dari nektar bunga yang bermanfaat bagi kehidupan manusia, utamanya bagi kesehatan. Madu menghasilkan berbagai kandungan diantaranya Propolis yang mengandung senyawa seperti enzim, vitamin dan antibiotic yang bermanfaat bagi tubuh manusia (Sapri et al., 2022). Menurut Standar Nasional Indonesia (SNI), madu merupakan cairan alami yang pada umumnya memiliki rasa manis yang dihasilkan oleh lebah madu dari sari bunga tanaman atau bagian lain dari tanaman. Zat manis dalam madu yang dikumpulkan dari sekresi tanaman atau nektar bunga dapat berubah dengan mengandung senyawa tertentu yang berasal dari tubuh lebah, disimpan dalam sebuah sarang lebah untuk kemudian matang dan dapat dipanen oleh peternak lebah (Evahelda et al., 2018). Kualitas madu selanjutnya sangat ditentukan oleh beberapa hal, di antaranya sumber nektar, kualitas tanah, cuaca dan beberapa faktor lain (Fatma et al., 2017). Kawasan hutan pegunungan seperti Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Gunung Bromo Jawa Tengah merupakan contoh lokasi yang sangat baik untuk pengembangan usaha dan ternak lebah

madu dan memiliki potensi pemasaran yang dapat dikembangkan.

Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Gunung Bromo merupakan suatu kawasan yang awalnya merupakan hutan produksi terbatas milik Perum Perhutani dan kemudian saat ini digunakan untuk kepentingan Pendidikan dan penelitian yang dikelola oleh Universitas Sebelas Maret. KHDTK Gunung Bromo UNS memiliki luas sekitar 124 hektar dengan bentuk memanjang dari barat ke timur (Ariyanto et al., 2021). Kontur wilayah daerah ini berbukit dengan topografi yang relatif bergelombang. Daerah ini juga dialiri sungai yang melintas dari sisi timur melawati utara kawasan yang memotong sepertiga sisi barat kawasan. Bagian selatan berhimpitan dengan sebuah waduk. Dengan karakteristik dan kondisi wilayah ini KHDTK Gunung Bromo memiliki kualitas tanah dan iklim yang cocok untuk hidup dan berkembang lebah madu Klanceng. Beberapa Desa yang memiliki potensi pengembangan madu adalah Desa Delingan dan Desa Gedong, madu yang memiliki kualitas tinggi yaitu Madu Klanceng.

Gambar 1. Peternakan Madu Klanceng di KHDTK Gunung Bromo UNS.



Madu Klanceng yang dihasilkan di Desa Delingan dan Desa Gedong ini memiliki keunikan dan berbeda dengan lebah ternak lainnya. Keunikan terletak pada sengat lebah. Jenis lebah ini tidak memiliki sengat dan pemeliharaannya cenderung lebih mudah dan sederhana (Putra et al., 2021). Di daerah ini para peternak pemula dapat memanfaatkan sumber pakan dari bunga dan tanaman yang tumbuh secara luas di sekitar rumah penduduk. Tanaman yang digunakan memiliki polen dan nektar yang cukup sehingga dapat memenuhi kebutuhan lebah penghasil madu Klanceng (Karnan et al., 2021). Tanaman yang biasanya dimanfaatkan oleh penduduk adalah jenis Bunga Matahari atau Air Mata Pengantin.

Mitra program pengabdian ini adalah Kelompok Tani Hutan (KTH)

Lebah Bromo dari Kelurahan Delingan dan Gedong yang memiliki pekerjaan dan aktivitas beternak lebah dan menghasilkan Madu Klanceng. Lokasi mitra berada di Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Gunung Bromo UNS. Selama ini mitra sudah melakukan aktivitas ternak seperti pemindahan koloni lebah ke kotak sarang, melakukan pemeriksaan madu apakah sudah dapat dipanen atau belum, melakukan pemanenan dan mengemas produk. Program pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan potensi ekonomi dari penjualan madu Klanceng sekaligus meningkatkan potensi pariwisata daerah.

Permasalahan utama yang dihadapi peternak lebah madu Klanceng Desa Delingan dan Gedong adalah sebagai berikut:

a. Produksi Madu Klanceng.

Produktivitas peternakan lebah madu Klanceng di daerah KHDTK Gunung Bromo UNS masih perlu ditingkatkan. Kotak sarang lebah Klanceng yang ada saat ini masih belum optimal dalam menghasilkan madu, jumlah lebah yang masih terbatas, serta ekosistem peternakan lebah masih belum terbentuk. Penempatan kotak sarang lebah, standar kualitas sarang dan fasilitas pendukung sangat menentukan

keberhasilan produksi madu (Sumardi et al., 2022).

b. Peningkatan pemahaman pemasaran melalui media digital

Aktivitas pemasaran melalui sosial media dan penggunaan website saat ini sangat penting bagi pelaku usaha. UMKM Madu Klanceng pada mitra memerlukan peningkatan pemahaman dalam pemasaran agar skala penjualan dapat meningkat. Pertumbuhan dramatis internet saat ini membuat penggunaan digital semakin krusial dan memberi dampak langsung pada peningkatan pemasaran, merek dan penjualan dari UMKM. Lebih spesifik, penggunaan media sosial sebagai media yang murah dan mudah mempermudah UMKM dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dalam upaya meningkatkan aktivitas pemasaran (Kristina & Sugiarto, 2020; Wardati & Er, 2019).

c. Pemahaman Bisnis dan Pemasaran yang perlu di tingkatkan

Kualitas produk dan teknik produksi yang baik akan semakin efektif jika sumber daya manusia memahami proses bisnis skala UMKM dan teknik pemasaran. Teknik pemberian pelatihan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran perlu diberikan pada

UMKM seperti branding, dasar pemasaran dan pemahaman tentang fundamental bisnis (Sugiarto, 2020). Terkait hal ini, pelatihan bisnis dan pemasaran perlu diberikan pada para peternak dan UMKM Madu Klanceng di daerah mitra.

Berdasarkan analisis situasi dan identifikasi masalah pada mitra yang telah dibahas pada bab sebelumnya, beberapa hal yang dapat ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

- a. Peningkatan pemahaman peningkatan produksi madu Klanceng.
- b. Peningkatan pemasaran madu dengan pelatihan pemasaran.
- c. Peningkatan pemahaman bisnis dan pemasaran melalui kegiatan pelatihan pemasaran dan manajemen UMKM sederhana dan berkelanjutan.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode pelaksanaan kegiatan dalam memberikan solusi yang ditawarkan terdiri dari tiga tahapan, yaitu (1) tahap inisiasi dan sosialisasi kegiatan, (2) tahap pelaksanaan program, dan (3) tahap evaluasi dan refleksi.

### **2.1. Tahap inisiasi dan sosialisasi program**

Pada tahap ini permasalahan mitra akan dipetakan melalui berbagai metode termasuk diskusi dengan stakeholder dan review literatur. Pada tahap ini juga akan dibahas lebih lanjut secara bersama-sama tahapan detail program yang akan dilaksanakan, jadwal operasional kegiatan dan target sasaran yang akan dicapai pada akhir program. Setelah kesepakatan dan pemahaman tentang program dan target realisasi tercapai, selanjutnya adalah pelaksanaan program

## 2.2. Tahap pelaksanaan program

Program yang dihasilkan dari tahap inisiasi selanjutnya dapat dilaksanakan pada tahap ini. Beberapa aktivitas yang dilaksanakan pada tahap ini antara lain:

- a. Introduksi pemasaran dan manajemen bisnis skala UMKM dengan metode pelatihan, praktik dan pendampingan langsung pada mitra
- b. Pelatihan optimalisasi pemasaran melalui media digital.
- c. Pelatihan peningkatan produktivitas lebah madu dan pemberian tanaman pendukung ekosistem ternak madu.

## 2.3. Tahap evaluasi dan refleksi

Evaluasi dan refleksi selanjutnya dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman mitra terhadap mekanisme pelaksanaan kegiatan, materi yang disampaikan, atau terkait efektivitas program. Evaluasi dilakukan terhadap proses bisnis secara menyeluruh sehingga optimalisasi proses produksi dan pemasaran dapat tercapai. Pada tahap ini diskusi kembali dapat dilakukan baik pada internal tim atau tim dengan pihak mitra untuk mengetahui kelemahan program dan masukan-masukan untuk peningkatan program kegiatan di masa mendatang.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Penerapan Teknologi dan Strategi Pemasaran Produk Madu Klanceng pada Kelompok Tani Hutan (KTH) Lebah Bromo di KHDTK Gunung Bromo Jawa Tengah dimulai dengan tahap survei, penggalan lebih dalam potensi permasalahan, koordinasi awal sebagai tahap inisiasi pelaksanaan program. Beberapa program pada kegiatan ini antara lain:

3.1. Tahap penjajakan dan survei perancangan pengembangan madu klanceng

Pada tahap ini telah dilakukan dua kali pertemuan untuk koordinasi. Tahap pertama adalah survei lokasi dalam rangka membahas secara umum konsep pengembangan peternakan madu klanceng KHDTK Gunung Bromo. Fase ini sangat penting karena menentukan arah kedepan pengembangan. Tahap survei lokasi awal dilakukan dengan berkomunikasi dengan pihak mitra dan pihak pengelola KHDTK Gunung Bromo terkait rencana pengembangan peternakan tersebut.

Pertemuan tahap awal menghasilkan beberapa rekomendasi pengembangan yang disepakati dari pihak UNS dan pihak mitra, antara lain:

- a. Identifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra, yaitu terkait kebutuhan peningkatan manajemen pengelolaan ternak lebah dan produktivitas dan pemasaran destinasi ternak lebah dan hasil madu klanceng
- b. Perencanaan pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan produksi dan teknik pemasaran.
- b. Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan produksi madu dan teknik pemasaran.

### 3.2. Tahap pelaksanaan program

Tahap inisiasi pelaksanaan program diawali dengan pertemuan dengan pengelola KHDTK Gunung Bromo dan pihak mitra membahas tentang program prioritas untuk mengawali eksekusi kegiatan.

Gambar 1. Pelatihan Peningkatan Produk dan Pemasaran Madu Klanceng



Pada kesempatan tersebut, tim P2M dari UNS memaparkan beberapa program prioritas dan dilanjutkan paparan dari pihak mitra. Dari pihak UNS dan pihak mitra memaparkan konsep pengembangan ternak lebah madu klanceng. Strategi pemasaran dan produk diperkenalkan melalui pelatihan produksi dan pemasaran madu klanceng dilakukan dengan melibatkan pengelola KHDTK dan

juga mitra yang berasal dari wilayah di sekitar lokasi.

#### 4. KESIMPULAN

Madu Klanceng memiliki keunggulan dibandingkan jenis madu yang lain. Madu jenis ini dikenal memiliki rasa yang lebih enak dan manfaat yang lebih besar bagi kesehatan. Madu Klanceng yang dihasilkan dari Kawasan ternak madu di Kawasan Hutan dengan Tujuan Khusus (KHDTK) Gunung Bromo memiliki potensi besar untuk berkembang karena Kawasan ini memiliki iklim yang mendukung dan tempat yang sangat luas sebagai pengembangan Kawasan ternak.

#### 5. DAFTAR PUSTAKA

- Ariyanto, D. P., Agustina, A., & Widiyanto, W. (2021). Budidaya Lebah Klanceng sebagai Ekonomi Alternatif Masyarakat Sekitar KHDTK Gunung Bromo UNS. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.20961/prima.v5i1.45231>
- Evahelda, E., Pratama, F., & Santoso, B. (2018). Sifat Fisik dan Kimia Madu dari Nektar Pohon Karet di Kabupaten Bangka Tengah, Indonesia. *Agritech*, 37(4), 363. <https://doi.org/10.22146/agritech.16424>
- Fatma, I. I., Haryanti, S., & Suedy, S. W. A. (2017). UJI KUALITAS MADU PADA BEBERAPA WILAYAH BUDIDAYA LEBAH MADU DI KABUPATEN PATI. *Jurnal Akademika Biologi*, 6(2), Article 2.
- Karnan, K., Syukur, A., Khairuddin, K., & Yamin, M. (2021). Pemanfaatan Budidaya Lebah Madu Klanceng (*Trigona sp*) Terintegrasi dalam Kawasan Rumah Pangan Lestari (KRPL) Sebagai Laboratorium Alami Pembelajaran Biologi. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.29303/jipp.v6i3.293>
- Kristina, T., & Sugiarto, C. (2020). The role of trust mediates in the influence of social media marketing and Electronic Word-of-Mouth on purchase intention. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 4(14), Article 14. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2020-4/14-08>
- Putra, R. G., Salim, A. T. A., Aminudin, A., Romandoni, N., Bisono, R. M., Aditama, C. C., Febriana, D., Rahmawati, C. N., & Sari, S. F.

Program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peningkatan wawasan peternak lebah, meningkatkan pengetahuan pemasaran serta menjadi motivasi bagi warga sekitar untuk terus mengembangkan potensi wilayah dalam hal ini ternak madu Klanceng. Dukungan dari berbagai pihak (stakeholder) termasuk perhatian dari pemerintah, pihak swasta dan akademisi menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan pengembangan peternakan madu di KHDTK Gunung Bromo.

- (2021). Terapan IPTEK pada Pengolahan dan Peningkatan Produktifitas Lahan di Masyarakat Pacitan untuk Budidaya Lebah Klanceng. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4), Article 4. <https://jppipa.unram.ac.id/index.php/jppipa/article/view/991>
- Sapri, Wahyuni, S., Rohayu, S., Gunawan, Rohana, & Qodri, M. A. (2022). Pengembangan Usaha Budidaya Lebah Madu Kelulut pada Kelompok Tani Hutan Tunggal Warga Sukajadi. *AJAD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.35870/ajad.v2i2.110>
- Sugiarto, C. (2020). Pelatihan Branding Sebagai upaya Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Nugget Lele Desa Mojogedang. *SEMAR: Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni bagi Masyarakat*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.20961/semar.v8i2.40203>
- Sumardi, V., Agung, M. M. P., & Hardin, G. B. (2022). BUDIDAYA LEBAH KLANCENG DALAM MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT NGERI-MANGGARAI-NTT DI TENGAH PANDEMI COVID 19. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(4), Article 4. <https://doi.org/10.29303/jppm.v5i4.4234>
- Wardati, N. K., & Er, M. (2019). The Impact of Social Media Usage on the Sales Process in Small and Medium Enterprises (SMEs): A Systematic Literature Review. *Procedia Computer Science*, 161, 976–983. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.207>