

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) merupakan bentuk nyata pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan PKPM, mahasiswa diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam kehidupan masyarakat, mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh di bangku perkuliahan, serta memberikan kontribusi nyata terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat.

Kegiatan ini dilaksanakan secara terstruktur melalui tahap persiapan, pembekalan, pelaksanaan, observasi, hingga pelaporan dan evaluasi. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa diharapkan mampu menyumbangkan pemikiran, tenaga, serta keahliannya untuk mendukung program pembangunan desa secara berkelanjutan.

Selain itu, PKPM juga memiliki peran yang sangat penting dalam membantu pengembangan kompetensi mahasiswa agar mampu mengimplementasikan ilmu dan keterampilan di lapangan. Interaksi langsung dengan masyarakat tidak hanya memberikan pengalaman praktis, tetapi juga menumbuhkan rasa empati, tanggung jawab sosial, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika sosial dan ekonomi di tingkat desa.

Salah satu desa yang menjadi lokasi pelaksanaan PKPM adalah Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Desa ini memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, salah satunya melalui kegiatan usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM) yang bergerak dalam budidaya dan produksi madu Trigona. Madu Trigona, yang berasal dari jenis lebah tanpa sengat, memiliki nilai jual tinggi serta manfaat kesehatan yang mulai dikenal luas oleh masyarakat. Namun demikian, kendala dalam aspek pemasaran menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan produktivitas serta memperluas jangkauan pasar.

Berdasarkan observasi awal, pasar madu Trigona di Lampung Selatan menunjukkan prospek pertumbuhan yang baik, seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat dan kesadaran masyarakat akan produk alami. Permintaan madu Trigona berasal tidak hanya dari konsumen individu, tetapi juga dari sektor kuliner, herbal, dan kosmetik. Meskipun begitu, persaingan yang cukup ketat, baik dari sesama produsen madu Trigona di daerah sekitar maupun dari produsen madu hutan dan madu ternak biasa yang harganya lebih terjangkau. Beberapa pesaing telah lebih dahulu memanfaatkan media digital untuk memasarkan produk mereka, sehingga memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dan citra merek yang lebih kuat. Kondisi ini menuntut UMKM di Desa Kecapi untuk meningkatkan diferensiasi produk dan memperkuat strategi promosi.

Pemasaran merupakan elemen kunci dalam menunjang keberhasilan suatu produk di pasar. Menurut Seran et al., (2023) Pemasaran adalah sebuah bentuk kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan para pelaku usaha dalam meningkatkan usahanya

sehingga dapat berkesinambungan dan mendapatkan keuntungan. Dalam UMKM, strategi pemasaran meliputi penentuan segmentasi pasar, target pasar, dan posisi pasar yang tepat, disertai pengembangan bauran pemasaran (produk, harga, tempat, promosi). Sedangkan menurut Lupiyoadi (2014), keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Hal ini relevan untuk UMKM madu Trigona yang perlu menyesuaikan strategi mereka dengan perkembangan teknologi dan perilaku konsumen modern (Winahyu et al., 2021).

Persaingan harga dengan produk madu lainnya juga menjadi tantangan tersendiri (Ismawati et al., 2021). Meskipun madu Trigona memiliki kualitas dan manfaat kesehatan yang tinggi, harganya cenderung lebih mahal dibandingkan madu biasa.

Hal ini membuat sebagian konsumen lebih memilih produk dengan harga yang lebih terjangkau, meskipun kualitasnya berbeda. Kombinasi dari keterbatasan strategi promosi, kurangnya inovasi produk, dan tekanan persaingan harga inilah yang membuat pemasaran madu Trigona di Desa Kecapi belum mampu mencapai potensi optimalnya (Evelin et al., 2021).

Madu Trigona dikenal sebagai salah satu jenis madu unggulan yang memiliki khasiat luar biasa bagi kesehatan. Kandungan antioksidan, enzim alami, serta senyawa antibakteri di dalamnya menjadikan madu ini efektif untuk menjaga imunitas tubuh, mempercepat pemulihan, serta meningkatkan kesehatan pencernaan. Berbeda dari madu biasa, madu Trigona memiliki cita rasa asam-manis yang khas, tekstur lebih kental, dan warna cenderung gelap, yang justru menambah daya tarik produk ini di kalangan konsumen yang peduli pada kualitas dan keaslian produk alam. Hal ini membuka peluang besar untuk menjadikan madu Trigona sebagai komoditas unggulan desa dengan nilai ekonomi tinggi.

Dalam praktiknya, sistem penjualan madu Trigona oleh UMKM di Desa Kecapi masih bersifat tradisional, mengandalkan jaringan terbatas dan promosi dari mulut ke mulut. Produk sebagian besar dipasarkan melalui pasar lokal dan kontak langsung antar individu. Meskipun pendekatan ini cukup efektif dalam membangun kepercayaan konsumen lokal, namun tidak cukup kuat untuk meningkatkan volume penjualan secara signifikan (Winahyu et al., 2021).

Dari sisi finansial, pengelolaan usaha madu Trigona memiliki potensi keuntungan yang cukup menjanjikan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang (Fitri et al., 2023). Dalam jangka pendek, keuntungan diperoleh dari penjualan langsung dengan margin yang relatif stabil, tergantung pada musim panen dan permintaan lokal. Namun, jika dikelola dengan strategi pemasaran yang berorientasi pasar

yang lebih luas dan berkelanjutan, usaha ini dapat menghasilkan profit yang meningkat dalam jangka panjang. Risiko kerugian tetap ada, terutama apabila terjadi penurunan produksi, kurangnya diversifikasi produk, atau ketidaksesuaian harga pasar, sehingga perlu adanya perencanaan bisnis yang matang (Yusnita et al., 2023).

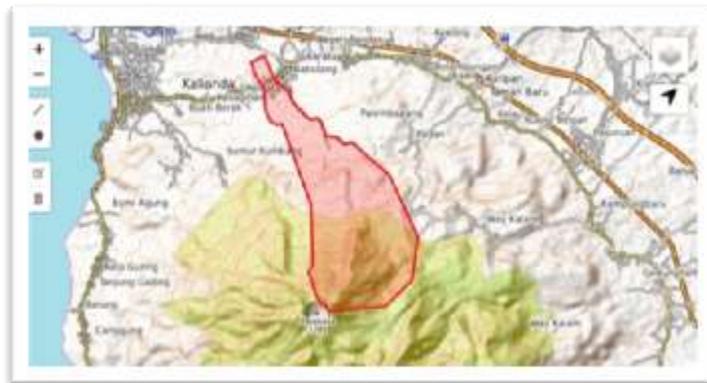
Dalam menghadapi tantangan pasar modern, strategi pemasaran berbasis online dan offline perlu diintegrasikan secara optimal. Pemasaran offline dapat dilakukan melalui kerja sama dengan toko oleh-oleh, partisipasi dalam bazar atau pameran UMKM, dan pendekatan relasional dengan komunitas sekitar. Di sisi lain, pemasaran online harus mulai dimanfaatkan secara intensif melalui media sosial, toko daring (*marketplace*), serta penggunaan platform digital seperti WhatsApp Business atau *e-catalog lokal* (Natania & Dwijayanti, 2024). Pelaku UMKM perlu mendapatkan pelatihan mengenai cara membuat konten promosi yang menarik, mengelola pesanan daring, serta menjaga reputasi merek secara digital. Pendekatan ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan omzet, dan memperkuat posisi madu Trigona sebagai produk unggulan Desa Kecapi.

Melalui kegiatan PKPM ini, diharapkan analisis pemasaran madu Trigona dapat menjadi acuan bagi UMKM Desa Kecapi dalam meningkatkan produktivitas,

memperluas pangsa pasar, dan memperkuat daya saing di tingkat lokal maupun regional.

1.1.1 Profil Desa dan Potensi Desa

Peta ini menunjukkan wilayah Desa Kecapi yang berada di Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Area yang diberi arsiran merah menandakan batas kawasan Desa Kecapi, yang terletak di lereng Gunung Rajabasa. Pada bagian barat berbatasan dengan Kota Kalianda dan Samudera Hindia, sedangkan pada bagian timur berbatasan dengan wilayah pedesaan lainnya. Selain itu, peta juga menampilkan kontur wilayah (ditandai dengan gradasi warna coklat-hijau) yang memperlihatkan perbedaan ketinggian, dimana wilayah Desa Kecapi berada di daerah perbukitan kaki Gunung Rajabasa. Posisi desa ini strategis karena dekat dengan pusat Kecamatan Kalianda sekaligus berada di jalur menuju kawasan wisata alam sekitar Gunung Rajabasa. Lihat pada gambar 1 Peta Desa Kecapi



Gambar 1 Peta Desa Kecapi

A. Profil Desa

Desa Kecapi merupakan salah satu dari 29 desa/kelurahan yang tergabung dalam Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Desa ini terletak pada koordinat sekitar $5^{\circ}44'38''$ S, $105^{\circ}36'47''$ Dengan luasnya yang relatif kecil namun strategis dekat ibu kota kabupaten, berbatasan dengan laut Desa Kecapi memiliki potensi sebagai lokasi wisata alam pesisir serta titik pengembangan budidaya seperti lebah Trigona berbasis ekowisata.

Desa Kecapi adalah salah satu desa yang berada di wilayah administratif Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung. Secara geografis, Desa Kecapi terletak di daerah dataran dengan kontur wilayah yang bervariasi, terdiri atas lahan pertanian, perkebunan, dan kawasan pemukiman warga. Lokasinya cukup strategis karena tidak jauh dari pusat ibu kota kabupaten, sehingga memiliki akses transportasi dan komunikasi yang memadai.

Desa Kecapi memiliki potensi sumber daya alam, sosial, dan ekonomi yang cukup besar untuk dikembangkan menjadi kekuatan utama dalam pembangunan desa. Potensi unggulan seperti budidaya lebah Trigona, pertanian dan perkebunan, serta destinasi wisata alam seperti Way Belerang Simpur dan Air Terjun Cecakhah Kenali, merupakan aset desa yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat jika dikelola secara optimal dan berkelanjutan.

Selain itu, munculnya pelaku UMKM lokal dan keterlibatan generasi muda yang paham teknologi menjadi kekuatan sosial yang strategis untuk mendorong transformasi desa ke arah yang lebih maju dan mandiri. Dengan dukungan dari pemerintah desa yang aktif serta kolaborasi dengan pihak eksternal seperti perguruan tinggi dan lembaga pendamping, potensi-potensi ini dapat dikembangkan melalui pendekatan berbasis teknologi, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat.

Secara keseluruhan, Desa Kecapi memiliki peluang besar untuk tumbuh sebagai desa mandiri dan produktif jika seluruh potensi yang dimiliki dapat diintegrasikan dalam perencanaan pembangunan yang tepat dan berkelanjutan. Semenjak berdiri sampai dengan saat ini desa Kecapi telah dipimpin oleh beberapa kepala desa, Lihat pada tabel 1 Kepala Desa Kecapi dari dulu hingga sekarang.

Tabel 1 Kepala Desa Kecapi dari dulu hingga sekarang

No	Periode	Nama Kepala Desa	Keterangan
1	1930-1960	INTAN MAS YAHYA	Kepala Desa Pertama
2	1960-1968	PANGERAN ISMAIL	Kepala Desa Kedua
3	1968-1977	PANGERAN AWALUDDIN	Kepala Desa Ketiga
4	1977-1987	AZHARI LANA	Kepala Desa Keempat
5	1987-1997	BAHERAMSAH SALEH	Kepala Desa Kelima
6	1997-2007	MUNSYARIL YUSUF	Kepala Desa Keenam
7	2007-2013	SYARIFUDDIN LANA	Kepala Desa Ketujuh
8	2013 - 2019	RIDWANSYAH LEKOK	Kepala Desa Kedelapan
9	2019 - 2023	RIDWANSYAH LEKOK	Kepala Desa Kesembilan
10	2023 - SEKARANG	SYARIFUDDIN LANA	Kepala Desa Kesepuluh

B. Potensi Desa

1. Potensi Sumber Daya Alam (SDA)

Lahan yang subur cocok untuk tanaman pangan seperti padi, jagung, dan umbi-umbian, Perkebunan rakyat meliputi tanaman kakao, pisang, kelapa, dan kopi. Pada Desa Kecapi memiliki beberapa potensi wisata alam seperti Air Terjun Cecaklah Kenali yang indah dan eksotis, serta Way Belerang Simpur Sumber air panas alami yang memiliki potensi wisata kesehatan dan rekreasi.

a. Way Belerang Simpur

Way Belerang Simpur yang berada di Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan, merupakan pemandian air panas alami yang bersumber langsung dari kaki Gunung Rajabasa. Lokasinya berjarak sekitar 1,5 jam perjalanan dari Bandar Lampung atau sekitar 30 menit dari pusat Kota Kalianda. Akses menuju tempat ini cukup mudah, meskipun di bagian akhir pengunjung harus melewati jalan setapak dengan kondisi jalan menurun dan berliku. Suasana di sekitar Way Belerang Simpur sangat alami karena berada di kawasan hutan lindung, dikelilingi pepohonan besar dan aliran air yang jernih. Tidak ada kolam buatan, melainkan aliran air panas bercampur dengan air sungai sehingga suhunya lebih nyaman untuk berendam dapat di lihat pada gambar 2 dibawah ini :



Gambar 2 Way Belerang Simpur

b. Air Terjun Cecakhah Kenali

Air Terjun Cecakhah Kenali merupakan salah satu potensi wisata alam yang ada di Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Lokasi ini menawarkan panorama alam yang masih alami dan menenangkan, sehingga sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata berbasis ekowisata dapat di lihat pada gambar 3 dibawah ini :



Gambar 3 Air terjun cecakhah kenali

2. Struktur Pemerintahan Desa Kecapi

a. Kepala Desa

Syarifuddin Lana Sebagai pimpinan tertinggi yang bertanggung jawab atas jalannya pemerintahan desa.

b. Sekretaris Desa

Zuhaimi: Membantu Kepala Desa dalam bidang administrasi dan pengelolaan tata usaha.

c. Kepala Urusan (Kaur)

- 1) Kaur Tata Usaha & Umum: Deni Alki Winata
- 2) Kaur Keuangan: Rinah
- 3) Kaur Perencanaan: Jimas Romi

d. Kepala Seksi (Kasi)

Membawahi bidang-bidang khusus dalam pelayanan masyarakat.

- 1) Kasi Pemerintahan: Nurhidayat
- 2) Kasi Kesejahteraan Rakyat (Kesra): Melita Dewi
- 3) Kasi Pelayanan: Alyan Syah

e. Kepala Dusun (Kadus)

Membantu Kepala Desa dalam mengurus wilayah dusun masing-masing.

- 1) Kadus I: Beta Hernain
- 2) Kadus II: Deni Hendra
- 3) Kadus III: Bahrizal
- 4) Kadus IV: Jusri

Dapat dilihat pada gambar 4 Struktur pemerintahan Desa Kecapi

BAGAN STRUKTUR PEMERINTAHAN DESA KECAPI



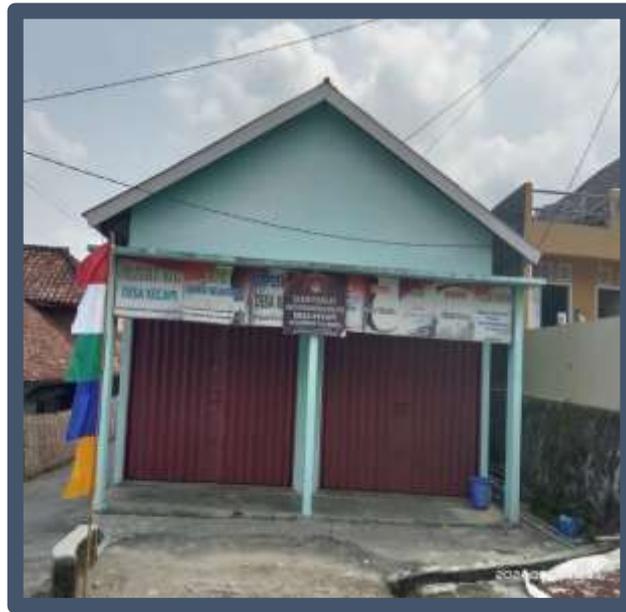
Gambar 4 Struktur Organisasi Pemerintahan Desa Kecapi

1.1.2 Profil BUMDES

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dibentuk pada tahun 2016 dengan nama “Kecapi Saka Berjaya”, mempunyai bidang usaha Pariwisata dan Pengadaan Barang dan Jasa. Dengan masa bakti pengurus awal dari tahun 2016 sampai 2021.

Pada tahun 2021 instruksi dari Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia tentang pendaftaran ulang nama BUMDes berikut administrasinya pada tanggal 27 Juni 2021 nama BUMDes berubah menjadi “BUMDes Damai Sejahtera” . Setelah disetujui nama oleh Kementerian

Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal dan Transmigrasi Republik Indonesia melalui Perdes Nomor 2 Tahun 2021 tentang Pendirian Badan Usaha Milik Desa (Lembaran Desa Kecapi Nomor 4 tahun 2021) dapat di lihat pada gambar 5 dibawah ini :



Gambar 5 Profil BUMDES

1.1.3 Profil UKM

Dirintis sejak 2015 oleh Heri Damora, Kebun Lebah Simpur berada di kaki Gunung Rajabasa, Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda. Memiliki luas budidaya sekitar 1–2 hektar, dengan 300 stup lebah madu (sekitar 1 koloni per stup).

A. Terdapat empat spesies utama lebah Trigona pada kebun lebah simpur:

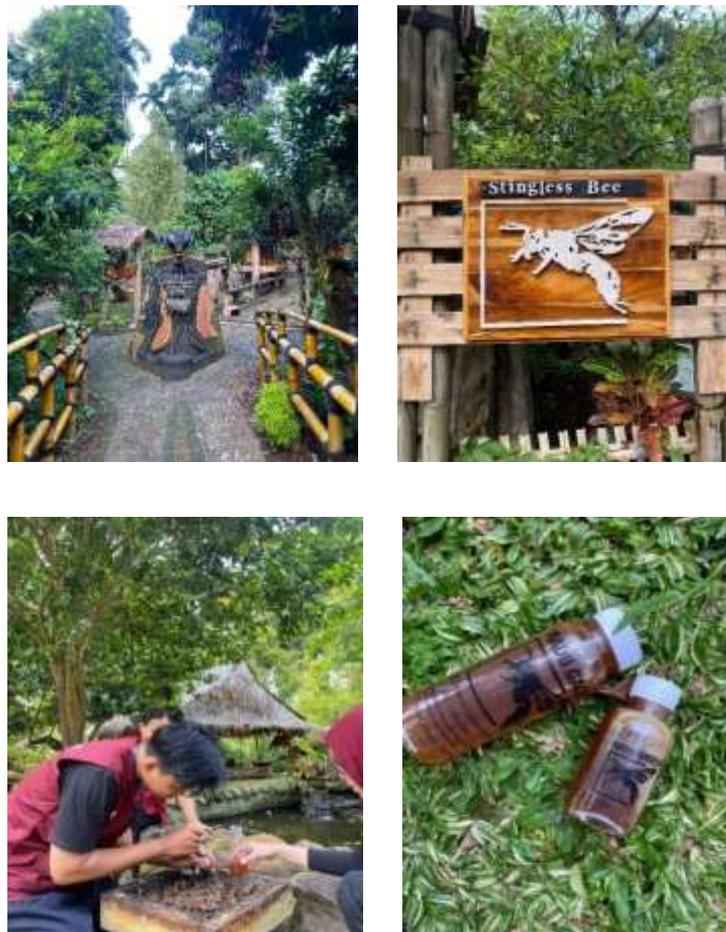
1. Heterotrigona itama
2. Geniotrigona thoracica
3. Tetrigona apicalis
4. Lepidotrigona terminata

B. Produk dan omset

Produksi madu rata-rata kurang lebih mencapai 232 liter per tahun, dengan panen setiap bulan atau mingguan. Omzet diperkirakan mencapai Rp 10 juta per bulan, dengan harga madu kemasan 250 ml seharga Rp 150.000 dan kemasan 150 ml seharga Rp. 75.0000 (dikenal sebagai *Madu Gagela*). Produk telah dikirim ke luar Lampung, disertai edukasi pemanenan langsung oleh pengunjung.

C. Wisata Edukasi & Aktivitas Pengunjung

Wisata panen madu langsung dari sarang menjadi daya tarik utama. Pengunjung bisa mencicipi dan memanen madu sendiri. Tersedia gazebo, taman pohon dan bunga, ideal untuk beristirahat. Tempatnya sejuk dan menarik untuk belajar ekowisata dapat di lihat pada gambar 6 dibawah ini.



Gambar 6 Profil UMKM

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, maka permasalahan pokok yang hendak dikaji dalam kegiatan ini dapat dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM madu Trigona di Desa Kecapi dalam menjangkau konsumen secara online maupun offline?
2. Apa saja kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha madu Trigona?
3. Bagaimana estimasi keuntungan dan risiko usaha madu Trigona dalam jangka pendek dan jangka panjang bagi pelaku UMKM?

1.3 Tujuan dan Manfaat

1.3.1 Tujuan Kegiatan

1. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM madu Trigona di Desa Kecapi dalam menjangkau konsumen secara online maupun offline.
2. Untuk mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing dan produktivitas usaha madu Trigona.
3. Untuk menganalisis keuntungan dan risiko usaha madu Trigona dalam jangka pendek dan jangka panjang bagi pelaku UMKM.

1.3.2 Manfaat Kegiatan

1. Bagi IIB DARMAJAYA

- a. Menunjukkan komitmen institusi dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada aspek pengabdian kepada masyarakat.
- b. Meningkatkan relevansi dan kebermanfaatan program akademik terhadap pengembangan ekonomi lokal dan penguatan kapasitas masyarakat desa.

2. Bagi Masyarakat (UMKM Lokal)

- a. Memberikan wawasan serta solusi praktis mengenai strategi pemasaran yang dapat meningkatkan efisiensi dan jangkauan pasar produk madu Trigona.
- b. Mendorong peningkatan kapasitas pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih profesional dan kompetitif.

3. Bagi Mahasiswa

- a. Menjadi sarana implementasi ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama proses perkuliahan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan kewirausahaan.
- b. Mengembangkan keterampilan sosial, kemampuan berpikir kritis, serta kepekaan terhadap permasalahan riil yang dihadapi masyarakat.

1.4 Mitra Yang Terlibat

Mitra yang terlibat dalam pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini adalah sebagai berikut :

A. Pemerintah Desa

Pemerintah Desa memberikan dukungan administratif, akses data, serta memfasilitasi proses pelaksanaan program. Kepala desa, sekretaris desa, serta para aparatur desa lainnya juga turut membantu dalam menjalin komunikasi antara tim PKPM dan masyarakat setempat serta menyosialisasikan hasil luaran kepada warga.

B. UMKM Kebun Lebah Simpur

UMKM Kebun Lebah Simpur merupakan salah satu pelaku usaha lokal yang fokus pada budidaya lebah tanpa sengat jenis Trigona dan pengolahan madu asli. Bpk. Hery Damora dan sekeluarga telah membantu jalannya program website trigona manager yang dalam ini memberikan informasi mengenai Kebun Lebah Simpur. UMKM ini menjadi mitra utama dalam kegiatan pengabdian karena memiliki pengalaman langsung dalam pemeliharaan koloni, proses panen madu, hingga pemasaran produk. Selain itu, UMKM ini menjadi narasumber dalam pengumpulan data dan pengisian konten majalah digital melalui wawancara dan dokumentasi lapangan.