

BAB II

PELAKSANAAN PROGRAM

2.1 Program Yang Dilaksanakan

Program kerja yang dilaksanakan dalam kelompok di bagi menjadi 2 (dua) yaitu program kerja utama (individu) dan perogram kerja tambahan (kelompok). Yang dilaksanakan di Desa Kecapi Kecamatan Kalianda pada tanggal 21 Juli sampai dengan 20 Agustus 2025.

2.1.1 Program Utama

Adapun program utama (individu) yang dilaksanakan sebagai berikut, yaitu **“ANALISIS PEMASARAN MADU TRIGONA DALAM MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS UMKM DI DESA KECAPI KECAMATAN KALIANDA LAMPUNG SELATAN”**.

Kajian yang memfokuskan pada penerapan, efektivitas, dan dampak strategi pemasaran (seperti segmentasi pasar, penentuan harga, promosi, dan distribusi) yang digunakan oleh UMKM penghasil madu Trigona di Desa Kecapi. Analisis ini bertujuan untuk menilai bagaimana strategi tersebut secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan produktivitas, baik dalam bentuk peningkatan volume panen, efisiensi proses produksi, perluasan pasar, peningkatan jumlah konsumen, maupun peningkatan pendapatan. Penelitian ini bersifat spesifik pada

konteks wilayah Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan, dengan fokus pada produk unggulan lokal yaitu madu Trigona.

1. Tahapan Pelaksanaan

a. Observasi Lapangan

- 1) Mengunjungi lokasi UMKM Kebun Lebah Simpur untuk mempelajari proses produksi, pengemasan, dan pemasaran madu Trigona.
- 2) Mencatat alur kerja dari panen madu hingga penjualan kepada konsumen.

b. Wawancara dan Diskusi

- 1) Melakukan wawancara dengan pemilik UMKM dan pekerja untuk mendapatkan informasi mengenai strategi pemasaran yang digunakan, termasuk harga, promosi, dan jalur distribusi.
- 2) Menggali kendala yang dihadapi, seperti keterbatasan promosi digital dan persaingan pasar.

c. Analisis Strategi Pemasaran

- 1) Menggunakan pendekatan bauran pemasaran (*marketing mix* 4P: *Product, Price, Place, Promotion*).
- 2) Menilai efektivitas strategi tersebut dalam meningkatkan volume penjualan dan produktivitas.

2.2 Waktu Kegiatan

Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dilakukan selama 30 hari, dimulai pada tanggal 21 Juli 2025 dan berakhir pada tanggal 20 Agustus 2025. Kegiatan dilaksanakan di Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, dengan rincian pada tabel 2 sebagai berikut :

Tabel 2 Waktu Kegiatan

No	Hari/Tanggal	Kegiatan
1	Sabtu, 26 Juli 2025	- Observasi ke UMKM ke kebun lebah simpur dan wisata air terjun cecakhh kenali
2	27 Juli – 10 Agustus 2025	- Pelaksanaan program kerja analisis manajemen UMKM Madu Trigona
3	11 Agustus 2025	- Wawancara serta pengumpulan data madu trigona
4	15 Agustus 2025	- Sosialisasi pemasaran terhadap umkm madu trigona ke pelaku madu
5	Selasa, 19 Agustus 2025	- Pelepasan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya di balai Desa Kecapi
6	Rabu, 20 Agustus 2025	- Penjemputan mahasiswa PKPM IIB Darmajaya

2.3 Hasil kegiatan dan dokumentasi

2.3.1 Observasi ke kebun lebah simpur

Kegiatan observasi ke Kebun Lebah Sumpur dilaksanakan sebagai bagian dari tahap awal pengumpulan data lapangan terkait budidaya lebah Trigona dan pengelolaan hasil madu. Observasi ini bertujuan untuk memperoleh gambaran

nyata mengenai kondisi lokasi, tata kelola peternakan, teknik perawatan koloni, serta proses panen madu yang dilakukan oleh pengelola kebun.

Kegiatan observasi meliputi:

1. Pengamatan Lingkungan

- a. Kondisi kebun yang dikelilingi vegetasi alami dan tanaman bunga sebagai sumber pakan lebah.
- b. Tata letak stup (kotak sarang lebah) yang teratur dan disesuaikan dengan kontur kebun.

2. Pengamatan Lebah Trigona

- a. Karakteristik lebah tanpa sengat (stingless bee) yang jinak dan mudah dikelola.
- b. Aktivitas lebah dalam mengumpulkan nektar dan polen dari tanaman sekitar.

3. Proses Pemeliharaan

- a. Cara peternak melakukan perawatan stup, menjaga kebersihan, serta pengendalian hama.
- b. Pemberian pakan tambahan bila sumber pakan alami berkurang.

4. Hasil Produksi

Madu trigona yang dihasilkan memiliki tekstur lebih cair, rasa asam-manis khas, dan dipercaya memiliki banyak manfaat kesehatan. Dapat dilihat pada gambar 7 dibawah ini yang merupakan Observasi ke kebun lebah simpur.



Gambar 7 Observasi ke Kebun Lebah Sumpur

2.3.2 Sosialisasi Dan Pengumpulan Data Mengenai Program Kerja Utama

Tahap sosialisasi dan pengumpulan data merupakan langkah penting dalam pelaksanaan program kerja *Analisis Pemasaran Madu Trigona dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM di Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan*. Sosialisasi dilakukan kepada para pelaku UMKM, aparat desa, serta masyarakat yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam usaha budidaya lebah Trigona. Melalui kegiatan ini, masyarakat diberikan pemahaman mengenai pentingnya strategi pemasaran yang efektif, potensi produk madu

Trigona sebagai komoditas unggulan, serta cara meningkatkan nilai tambah produk agar dapat bersaing di pasar lokal maupun nasional dapat di lihat pada gambar 8 dibawah ini saya sedang memberikan sosialisasi dan mengumpulkan data :



Gambar 8 sosialisasi dan pengumpulan data

Selain sosialisasi, pengumpulan data juga dilakukan sebagai dasar analisis dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat. Data yang dikumpulkan meliputi:

1. Profil UMKM pengelola madu Trigona di Desa Kecapi.
2. Metode pemasaran yang selama ini digunakan.
3. Tingkat produksi madu setiap periode panen.
4. Kendala yang dihadapi dalam distribusi dan pemasaran.
5. Tingkat pengetahuan pelaku UMKM terkait digital marketing dan branding produk.

Hasil dari pengumpulan data ini menjadi acuan dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, misalnya melalui pemanfaatan teknologi digital, pembuatan identitas merek (branding), pengemasan produk yang menarik, serta pengembangan jaringan pemasaran. Dengan adanya kegiatan ini diharapkan produktivitas UMKM madu Trigona di Desa Kecapi dapat meningkat, baik dari sisi kualitas produk, jumlah produksi, maupun jangkauan pemasaran.

2.3.3 Hasil Yang Didapatkan

1. Peningkatan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran modern.
2. Terkumpulnya data profil UMKM madu Trigona di Desa Kecapi.
3. Teridentifikasi kendala utama dalam pemasaran (digital, distribusi, kemasan).
4. Ditemukan potensi pengembangan pasar madu Trigona lebih luas.
5. Adanya rencana tindak lanjut berupa pelatihan, pendampingan, dan kerja sama pemasaran.

2.4 Dampak kegiatan

1. Dampak terhadap UMKM Madu Trigona

- a. Peningkatan pemahaman pemasaran modern: Pelaku UMKM lebih memahami strategi pemasaran berbasis digital (marketplace, media sosial, e-catalog) sehingga dapat memperluas pasar.

- b. Legalitas usaha lebih kuat: Melalui sosialisasi NIB dan NPWP, UMKM mulai menyadari pentingnya legalitas usaha untuk mengakses bantuan pemerintah.
- c. Branding dan promosi produk: Edukasi mengenai kemasan, promosi, dan inovasi produk meningkatkan daya tarik madu Trigona agar bisa bersaing di pasar.
- d. Peluang ekspansi pasar: Produk madu Trigona berpotensi tidak hanya dipasarkan lokal, tetapi juga regional bahkan nasional dengan strategi promosi yang lebih terarah.

2. Dampak terhadap Masyarakat Desa

- a. Peningkatan kesadaran hukum dan administrasi usaha: Warga mengetahui manfaat memiliki NIB, NPWP, dan sertifikat halal.
- b. Edukasi sosial: Sosialisasi anti-bullying di sekolah dasar, pengajaran di PAUD, dan kegiatan keagamaan memberi nilai tambah dalam membangun karakter generasi muda.
- c. Kesadaran lingkungan: Kunjungan ke TPS Desa Kecapi menumbuhkan kepedulian masyarakat terhadap pengelolaan sampah dan kebersihan lingkungan.
- d. Peningkatan partisipasi: Melalui kegiatan gotong royong (bersih desa, pemasangan tanda wisata), masyarakat ikut aktif dalam pembangunan desa.

3. Dampak terhadap Mahasiswa Peserta PKPM

- a. Pengalaman praktis: Mahasiswa dapat mengaplikasikan ilmu manajemen pemasaran secara nyata di lapangan.
- b. Soft skill berkembang: Terlatih dalam komunikasi, kerjasama dengan masyarakat, problem solving, dan adaptasi sosial.
- c. Empati dan tanggung jawab sosial: Interaksi langsung menumbuhkan kepedulian terhadap tantangan UMKM dan masyarakat desa.

4. Dampak terhadap Pemerintah Desa

- a. Penguatan potensi desa: Wisata Belerang Simpur dan Kebun Lebah Trigona semakin dikenal melalui promosi yang dilakukan.
- b. Sinergi dengan akademisi: Kerjasama dengan mahasiswa dan kampus memberikan ide-ide baru untuk pembangunan ekonomi desa.
- c. Aset desa lebih terkelola: Dengan adanya papan petunjuk wisata dan pendampingan UMKM, potensi desa dapat lebih dioptimalkan.