



Strategi Peningkatan Daya Saing Agribisnis Madu Kelulut melalui Inovasi Pemasaran dan Hilirisasi Produk

I Putu Gede Didik Widiarta^{1*}, Riki Andika², Qurratu Aini³, Ananda Putra Agung⁴, Cori Qamara⁵

^{1*,5}Jurusan Peternakan, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

²Fakultas Kehutanan dan Lingkungan Tropis, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

^{3,4}Jurusan Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mulawarman, Samarinda, Indonesia

Email: ^{1*}didikwidiarta9@gmail.com, ²rikiandika@fahutan.unmul.ac.id, ³qurratuainisabil17@gmail.com,

⁴anandaputraagung93@gmail.com, ⁵coriqamara@faperta.unmul.ac.id

Informasi Artikel

Submitted : 29-09-2025

Accepted : 13-10-2025

Published : 20-11-2025

Keywords:

Stingless Bee Honey
Marketing Innovation
Downstreaming
Competitiveness
Sustainable Agribusiness

Abstract

Stingless bee honey agribusiness supports sustainable rural development and food security. Small-scale producers in Indonesia face challenges such as limited production capacity, weak branding, and low technological adoption. These barriers reduce their competitiveness in a rapidly expanding natural and functional food product market. This study aims to formulate strategies to enhance the competitiveness of stingless bee honey agribusiness through marketing innovation and product downstreaming in Lempake Village, Samarinda, East Kalimantan. Using a descriptive qualitative approach supported by SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis, this research identifies key internal and external factors influencing business performance. The results show that the kelulut honey agribusiness is positioned in the progressive strategic quadrant (Quadrant I), with strong internal resources and favourable market opportunities. The main strengths lie in high product quality, sustainable local resources, and active farmer institutions, while weaknesses include limited technological capacity and low digital marketing literacy. Opportunities arise from the increasing demand for natural products and government support for downstreaming, whereas threats stem from market competition and fluctuating supply conditions. Strategic recommendations include strengthening digital branding, enhancing post-harvest and processing technology, fostering institutional collaboration, and promoting product diversification to increase added value. These strategies are expected to reinforce local competitiveness, promote sustainable agribusiness growth, and contribute to Indonesia's long-term food security.

Abstrak

Agribisnis madu kelulut (*stingless bee honey*) memiliki peran penting dalam mendukung pembangunan pedesaan berkelanjutan dan ketahanan pangan nasional. Peternak skala kecil di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala seperti kapasitas produksi yang terbatas, lemahnya *branding*, dan rendahnya adopsi teknologi modern. Kondisi tersebut menurunkan daya saing produk di tengah meningkatnya permintaan pasar terhadap pangan alami dan fungsional. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut melalui inovasi pemasaran dan hilirisasi produk di Kelurahan Lempake, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*) digunakan untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kinerja usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa agribisnis madu kelulut berada pada posisi strategis progresif (Kuadran I) dengan kekuatan internal yang kuat dan peluang pasar yang besar. Kekuatan utama terletak pada kualitas produk yang tinggi, ketersediaan sumber daya lokal berkelanjutan, dan dukungan kelembagaan peternak, sementara kelemahan mencakup keterbatasan teknologi dan rendahnya literasi pemasaran digital. Peluang muncul dari meningkatnya tren konsumsi produk alami dan dukungan pemerintah terhadap hilirisasi, sedangkan ancaman berasal dari persaingan pasar dan ketidakstabilan pasokan. Strategi yang direkomendasikan mencakup penguatan *branding* digital, peningkatan teknologi pascapanen dan pengolahan, kolaborasi kelembagaan antara peternak dan pelaku hilir, serta diversifikasi produk untuk meningkatkan nilai tambah. Implementasi strategi ini dapat memperkuat daya saing lokal, mendorong pertumbuhan agribisnis berkelanjutan, dan berkontribusi pada ketahanan pangan nasional.

Kata Kunci: Madu Kelulut, Inovasi Pemasaran, Hilirisasi, Daya Saing, Agribisnis Berkelanjutan.

1. PENDAHULUAN

Sektor agribisnis memegang peranan strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional melalui peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan, penyediaan lapangan kerja, dan penguatan ketahanan pangan (Harjanto *et al.*, 2020). Sebagai negara dengan keanekaragaman hayati tinggi, Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan komoditas berbasis sumber daya lokal yang bernilai ekonomi tinggi dan berorientasi pada keberlanjutan (Qamara *et al.*, 2025). Salah satu komoditas tersebut adalah madu kelulut (*Trigona spp.*), yaitu madu yang dihasilkan oleh lebah tanpa sengat yang kini semakin populer karena kandungan nutrisinya yang kaya, aktivitas antibakteri alami, serta manfaatnya sebagai pangan fungsional dan bahan baku industri kosmetik dan farmasi (Faisal *et al.*, 2023; Yulas *et al.*, 2024). Pengembangan agribisnis madu kelulut di Indonesia belum sepenuhnya optimal. Beberapa tantangan yang masih dihadapi antara lain rendahnya inovasi pemasaran, kurangnya proses hilirisasi, serta lemahnya jaringan distribusi yang menyebabkan daya saing produk madu kelulut Indonesia tertinggal dibandingkan dengan negara lain di kawasan ASEAN (Hafizah & Yunani, 2022; Tuzzahrahvi, 2021).

Kalimantan Timur merupakan salah satu provinsi dengan potensi besar untuk pengembangan madu kelulut karena kondisi ekologisnya yang mendukung dan ketersediaan sumber pakan yang melimpah (Harjanto *et al.*, 2020). Secara khusus, Kelurahan Lempake di Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda menjadi salah satu sentra potensial produksi madu kelulut. Masyarakat setempat telah mulai membudidayakan lebah kelulut sebagai bagian dari diversifikasi usaha peternakan dan pertanian. Berdasarkan hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran masih dilakukan secara tradisional melalui penjualan langsung dan media sosial sederhana tanpa strategi branding yang terarah. Sebagian besar pelaku usaha belum mengembangkan produk hilir seperti sabun madu, masker alami, atau minuman kesehatan yang dapat meningkatkan nilai ekonomi (Faisal *et al.*, 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi sumber daya dan kinerja ekonomi yang dicapai oleh pelaku agribisnis madu kelulut di daerah tersebut.

Dalam konteks persaingan global dan transformasi digital, peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut memerlukan pendekatan strategis yang menekankan inovasi pemasaran dan hilirisasi produk. Inovasi pemasaran berperan penting dalam memperluas akses pasar melalui penerapan strategi komunikasi digital, penguatan merek (*branding*), serta optimalisasi saluran distribusi modern (Yulas *et al.*, 2024). Sementara itu, hilirisasi produk menjadi faktor kunci dalam menciptakan nilai tambah dengan mengembangkan produk turunan bernilai tinggi, yang tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga mendorong keberlanjutan ekonomi lokal (Qamara *et al.*, 2025). Integrasi antara inovasi pemasaran dan hilirisasi produk diyakini mampu memperkuat posisi kompetitif pelaku agribisnis madu kelulut, sekaligus mendukung kebijakan pembangunan ekonomi daerah berbasis ekonomi hijau dan berkelanjutan (Hafizah & Yunani, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut melalui inovasi pemasaran dan hilirisasi produk di Kelurahan Lempake, Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda, Kalimantan Timur. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan deskriptif kualitatif yang dipadukan dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam pengembangan agribisnis madu kelulut. Pendekatan ini memungkinkan analisis yang komprehensif terhadap kondisi eksisting, strategi adaptif yang potensial, serta arah kebijakan pengembangan yang berkelanjutan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya literatur tentang manajemen agribisnis dan pemasaran produk lokal, serta menawarkan rekomendasi strategis bagi pelaku usaha dan pemangku kepentingan dalam membangun ekosistem agribisnis madu kelulut yang berdaya saing tinggi dan berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Desain dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan dukungan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara mendalam, menafsirkan perilaku pelaku usaha, serta memahami konteks sosial-ekonomi yang melingkupi sistem agribisnis lokal (Tisdell *et al.*, 2025). Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi daya saing, serta menentukan arah strategi yang relevan dan berkelanjutan (Benzaghta *et al.*, 2021).

2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kelurahan Lempake, Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur, yang merupakan salah satu sentra pengembangan madu kelulut dengan potensi hilirisasi dan inovasi produk yang berkembang pesat. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive*, dengan mempertimbangkan keberadaan kelompok peternak madu kelulut aktif dan dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan agribisnis lokal. Penelitian dilaksanakan selama Juni – Agustus 2025, mencakup observasi, wawancara, dan analisis data.

2.3 Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan peternak madu kelulut, pengolah produk hilir, dan pemangku kepentingan terkait. Data sekunder diperoleh dari publikasi ilmiah, laporan dinas, dokumen statistik, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan tema daya saing, inovasi pemasaran, dan hilirisasi produk (Olson *et al.*, 2021; Octavia *et al.*, 2024). Penggabungan kedua sumber data memberikan validitas dan reliabilitas yang lebih kuat.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: (1) observasi lapangan untuk memperoleh gambaran langsung sistem produksi dan pemasaran; (2) wawancara semi-terstruktur untuk menggali persepsi dan strategi pelaku usaha; serta (3) dokumentasi berupa foto, laporan kegiatan, dan data pendukung lainnya. Triangulasi metode digunakan untuk meningkatkan keabsahan data (Lindheim, 2022).

2.5 Teknik Analisis Data

Data dianalisis melalui tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Pham, 2024). Selanjutnya dilakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman). Hasilnya disusun dalam matriks SWOT untuk menghasilkan strategi alternatif seperti SO (*Strength–Opportunity*), WO (*Weakness–Opportunity*), ST (*Strength–Threat*), dan WT (*Weakness–Threat*). Pendekatan ini dapat menghasilkan rekomendasi strategis yang aplikatif untuk memperkuat posisi agribisnis madu kelulut di pasar regional maupun nasional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Agribisnis Madu Kelulut di Kelurahan Lempake

Kelurahan Lempake di Kecamatan Samarinda Utara, Kota Samarinda, Kalimantan Timur, merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi tinggi dalam pengembangan agribisnis madu kelulut (*stingless bee honey*). Potensi tersebut didukung oleh kondisi ekologis yang relatif stabil,

keberagaman flora nektar, serta meningkatnya minat masyarakat terhadap usaha peternakan lebah tanpa sengat. Berdasarkan data Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Samarinda (2024), tercatat 35 unit usaha mikro dan 6 kelompok tani yang secara aktif mengelola koloni kelulut dengan kapasitas produksi berkisar antara 5 hingga 10 liter madu per bulan per koloni. Sebagian besar pelaku usaha masih menerapkan sistem produksi tradisional yang minim inovasi teknologi dan belum memiliki standar mutu yang baku, sehingga berdampak pada keterbatasan daya saing di pasar yang lebih luas (Qamara *et al.*, 2023).

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan agribisnis madu kelulut di Lempake menunjukkan adanya perubahan orientasi dari sistem konvensional menuju pendekatan yang lebih modern dan berorientasi pasar. Perubahan ini terlihat dari semakin meluasnya pemanfaatan *digital marketing* melalui platform *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, dan media sosial, yang membantu pelaku usaha memperluas jangkauan konsumen (Widiarta *et al.*, 2024). Inisiatif hilirisasi mulai muncul melalui pengembangan produk turunan bernilai tambah seperti sabun madu, propolis cair, lilin lebah (*beeswax*), serta minuman fungsional berbasis fermentasi madu kelulut (Hirpara *et al.*, 2023). Fenomena ini mencerminkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya value addition sebagai strategi diferensiasi produk dalam menghadapi persaingan pasar domestik maupun global (Harianja *et al.*, 2023).

Tabel 1. Kondisi Umum Agribisnis Madu Kelulut di Kelurahan Lempake

Aspek Pengembangan	Kondisi Saat Ini	Tantangan Utama	Peluang Strategis
Produksi	5–10 liter/koloni/bulan	Teknologi budidaya sederhana dan keterbatasan SDM	Peningkatan pelatihan teknis dan riset produksi
Pemasaran	Penjualan lokal dan daring terbatas	Lemahnya branding dan jejaring distribusi	Optimalisasi <i>digital marketing</i> dan kolaborasi BUMDes
Hilirisasi Produk	Produk utama: madu cair, propolis, sabun madu	Minim inovasi dan standarisasi mutu	Diversifikasi produk fungsional dan kosmetik alami
Kelembagaan	6 kelompok tani aktif	Keterbatasan akses permodalan dan pendampingan	Pembentukan koperasi agribisnis madu kelulut
Dukungan Pemerintah	Program pelatihan dan bantuan alat	Kurangnya koordinasi lintas instansi	Integrasi kebijakan pengembangan agribisnis daerah

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025).

Meskipun tren hilirisasi dan digitalisasi terus berkembang, struktur rantai pasok (*supply chain structure*) madu kelulut di Lempake masih tergolong sederhana. Sebagian besar peternak kecil menjual produknya secara langsung kepada konsumen tanpa melalui lembaga pemasaran formal. Hal ini menyebabkan distribusi produk kurang efisien dan posisi tawar peternak relatif lemah terhadap fluktuasi harga pasar (Widiarta *et al.*, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan belum optimalnya integrasi antara pelaku hulu (peternak), pelaku hilir (industri pengolahan dan pemasaran), serta lembaga pendukung seperti koperasi dan pemerintah daerah. Sejalan dengan penelitian Nelles (2023), penguatan kelembagaan agribisnis dan pembentukan kemitraan strategis terbukti menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi rantai pasok madu di Asia Tenggara. Pengembangan model agribisnis yang terintegrasi secara vertikal menjadi salah satu strategi penting untuk memperkuat posisi tawar peternak madu kelulut di Samarinda.

Selain faktor kelembagaan, aspek lingkungan dan dukungan kebijakan turut berperan dalam keberlanjutan usaha madu kelulut di wilayah ini. Ekosistem Lempake yang didominasi oleh hutan sekunder dengan tingkat polusi rendah mendukung aktivitas budidaya kelulut secara alami. Pemerintah daerah juga telah meluncurkan beberapa program pelatihan kewirausahaan, pemberian bantuan peralatan produksi, dan sertifikasi mutu produk untuk mendorong peningkatan kapasitas

usaha mikro (Dinas Peternakan dan Kesehatan Hewan Kaltim, 2023). Bersamaan dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat dan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi produk alami, peluang pasar madu kelulut semakin terbuka luas, baik di tingkat nasional maupun internasional (Hudecová *et al.*, 2021). Strategi peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut di Lempake perlu diarahkan pada penguatan inovasi pemasaran, hilirisasi produk, dan kelembagaan usaha yang berkelanjutan.

3.2 Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Analisis *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities*, dan *Threats* (SWOT) digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi kondisi aktual yang memengaruhi daya saing agribisnis madu kelulut di Kelurahan Lempake, Samarinda Utara. Pendekatan ini relevan karena mampu menelaah secara komprehensif faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta eksternal (peluang dan ancaman) yang menjadi determinan strategis keberlanjutan agribisnis (Benzaghta *et al.*, 2021). Hasil identifikasi diperoleh melalui kombinasi observasi lapangan, wawancara mendalam, dan telaah terhadap dokumen kelembagaan peternak.

Tabel 2. Matriks Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal Agribisnis Madu Kelulut

Aspek SWOT	Faktor Utama	Deskripsi Pengaruh terhadap Daya Saing
Kekuatan (S)	1. Kualitas madu alami bernilai kesehatan tinggi 2. Dukungan kelembagaan peternak aktif 3. Potensi sumber daya lokal berlimpah	Meningkatkan reputasi produk dan keberlanjutan pasokan bahan baku.
Kelemahan (W)	1. Kapasitas produksi rendah 2. Literasi digital rendah 3. Belum ada standarisasi mutu	Menurunkan efisiensi pemasaran dan akses pasar modern.
Peluang (O)	1. Tren pangan fungsional dan alami meningkat 2. Dukungan kebijakan hilirisasi 3. Pengembangan <i>e-commerce</i> dan ekowisata lokal	Memperluas potensi pasar dan memperkuat nilai tambah produk.
Ancaman (T)	1. Persaingan produk madu komersial 2. Fluktuasi harga bahan baku 3. Ketidakstabilan pasokan akibat cuaca	Mengancam kontinuitas produksi dan stabilitas pendapatan peternak.

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Dari sisi internal, terdapat beberapa kekuatan (*strengths*) yang menonjol. Pertama, kualitas madu kelulut di wilayah ini diakui tinggi karena dihasilkan dari koloni lebah yang memanfaatkan sumber nektar alami tanpa bahan tambahan kimia, sehingga memiliki nilai kesehatan (*nutraceutical value*) dan potensi pasar yang baik (Syahza *et al.*, 2021). Kedua, ketersediaan sumber daya alam lokal seperti vegetasi bunga hutan sekunder dan dukungan lingkungan yang bersih menjadi modal penting bagi keberlanjutan produksi. Ketiga, adanya kelompok tani dan komunitas peternak aktif yang berfungsi sebagai lembaga sosial ekonomi memberikan dukungan kelembagaan bagi pengembangan produksi dan pemasaran (Harianja *et al.*, 2023).

Kelemahan (*weaknesses*) yang dapat menghambat peningkatan daya saing. Keterbatasan kapasitas produksi dan rendahnya penguasaan teknologi pengolahan menyebabkan volume produksi tidak stabil dan kualitas produk kurang seragam (Putri *et al.*, 2023). Literasi pemasaran digital di kalangan peternak masih minim, sehingga pemanfaatan *e-commerce* belum optimal (Yusof *et al.*, 2025). Kelemahan lainnya adalah belum adanya standarisasi mutu serta sertifikasi produk, yang menjadi hambatan utama dalam penetrasi pasar modern dan ekspor (Oktavia *et al.*, 2025).

Dari sisi eksternal, terdapat sejumlah peluang (*opportunities*) yang signifikan. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pangan fungsional dan produk alami memberikan prospek pasar yang semakin luas bagi madu kelulut (Harianja *et al.*, 2023). Kebijakan hilirisasi sektor pertanian dan peternakan yang didorong pemerintah daerah membuka kesempatan bagi pelaku usaha untuk memperoleh dukungan fasilitas dan pembiayaan. Perkembangan pariwisata berbasis produk lokal juga menjadi peluang strategis, terutama dalam mengintegrasikan madu kelulut sebagai bagian dari ekonomi kreatif dan ekowisata (Syahza *et al.*, 2021).

Ancaman (*threats*) yang dihadapi meliputi meningkatnya persaingan dengan produk madu komersial yang memiliki jaringan distribusi nasional dan strategi pemasaran agresif. Fluktuasi harga bahan baku, terutama kemasan dan logistik, berdampak terhadap margin keuntungan pelaku usaha kecil. Faktor lingkungan seperti curah hujan tinggi dan perubahan ekosistem bunga turut memengaruhi stabilitas pasokan nektar, sehingga berpengaruh terhadap produksi tahunan (Widiarta *et al.*, 2021). Kombinasi faktor-faktor tersebut kemudian disintesis dalam Matriks SWOT untuk merumuskan strategi peningkatan daya saing agribisnis madu kelulut yang berkelanjutan.

3.3 Analisis Matriks SWOT

Analisis hasil pengolahan data menunjukkan bahwa posisi strategis agribisnis madu kelulut di Kelurahan Lempake, Kota Samarinda, berada pada Kuadran I (strategi progresif). Posisi ini mencerminkan kondisi di mana kekuatan internal dan peluang eksternal memiliki nilai dominan dibandingkan faktor lainnya, sehingga usaha madu kelulut berada pada fase yang kondusif untuk pertumbuhan agresif. Hal ini berarti pelaku usaha memiliki dasar sumber daya yang kuat untuk mengembangkan pasar, memperluas jaringan distribusi, dan melakukan inovasi produk berbasis kearifan lokal. Kondisi tersebut sejalan dengan pandangan Benzaghta *et al.* (2021) bahwa sektor agribisnis yang memiliki kombinasi kekuatan internal dan peluang eksternal tinggi cenderung lebih adaptif terhadap dinamika pasar dan lebih mudah mencapai daya saing berkelanjutan.

Tabel 3. Strategi Hasil Analisis Matriks SWOT Agribisnis Madu Kelulut

Jenis Strategi	Rumusan Strategi Utama	Fokus Implementasi
SO (<i>Strength–Opportunity</i>)	Pengembangan <i>branding</i> dan <i>digital marketing</i> berbasis <i>storytelling</i> ; peningkatan kapasitas produksi; serta penguatan kolaborasi kelembagaan antara peternak dan pelaku hilir.	Ekspansi pasar dan penguatan nilai tambah produk.
WO (<i>Weakness–Opportunity</i>)	Pelatihan literasi digital dan inovasi produk; pengembangan kemitraan strategis dengan perguruan tinggi; serta fasilitasi akses permodalan mikro bagi pelaku usaha.	Penguatan kapasitas dan daya adaptasi pelaku usaha.
ST (<i>Strength–Threat</i>)	Penerapan standarisasi mutu dan sertifikasi produk; serta promosi digital berkelanjutan untuk mempertahankan citra positif produk lokal.	Peningkatan daya saing dan loyalitas konsumen.
WT (<i>Weakness–Threat</i>)	Pembentukan koperasi pemasaran sebagai wadah distribusi bersama; diversifikasi produk berbasis hasil hutan non-kayu; serta pelatihan teknis berkelanjutan bagi peternak.	Mitigasi risiko produksi dan stabilitas pendapatan.

Sumber: Analisis Data Primer (2025)

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT, diperoleh strategi alternatif yang dikategorikan ke dalam empat kelompok utama, yaitu Strategi SO (*Strength–Opportunity*), WO (*Weakness–Opportunity*), ST (*Strength–Threat*), dan WT (*Weakness–Threat*). Strategi SO difokuskan pada upaya memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Beberapa strategi yang direkomendasikan meliputi: (1) pengembangan *branding* dan pemasaran *digital* berbasis *storytelling* untuk menonjolkan nilai lokal dan manfaat kesehatan madu kelulut; (2) peningkatan kapasitas produksi melalui pelatihan teknologi pascapanen serta pengolahan produk turunan bernilai tambah seperti propolis dan kosmetik alami; dan (3) penguatan kerja sama kelembagaan antara kelompok

peternak, pelaku industri hilir, dan mitra distribusi untuk memperluas akses pasar. Strategi ini dinilai relevan karena mengintegrasikan aspek inovasi, kualitas produk, dan kolaborasi kelembagaan dalam memperkuat daya saing (Halawa & Vaulina, 2024).

Strategi WO diarahkan untuk meminimalkan kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal. Adapun rekomendasi yang dihasilkan mencakup: (1) pelatihan literasi digital dan pengemasan produk untuk meningkatkan kemampuan bersaing di pasar daring; (2) kemitraan dengan lembaga penelitian dan perguruan tinggi dalam mengembangkan produk inovatif berbasis madu kelulut seperti suplemen kesehatan, sabun, dan minuman fermentasi; serta (3) perluasan akses permodalan melalui lembaga keuangan mikro dan program dukungan pemerintah daerah. Strategi ini dianggap penting untuk memperkuat daya adaptasi peternak terhadap perubahan pasar digital dan kebutuhan inovasi produk (Nurmawati & Mutolib, 2023).

Strategi ST digunakan untuk menghadapi ancaman eksternal dengan memanfaatkan kekuatan internal. Adapun rekomendasi yang dihasilkan mencakup: (1) penerapan standar mutu produk yang ketat untuk meningkatkan daya saing terhadap madu komersial berskala besar; (2) sertifikasi produk organik dan label halal guna memperkuat kepercayaan konsumen; serta (3) optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi berkelanjutan dan pembangunan loyalitas pelanggan. Pendekatan ini sejalan dengan hasil penelitian Widiarta *et al.* (2025) yang menegaskan bahwa integrasi antara inovasi dan jaminan kualitas menjadi elemen kunci dalam mempertahankan keberlanjutan agribisnis berbasis komunitas.

Strategi WT berfokus pada mitigasi kelemahan internal serta penanggulangan ancaman eksternal. Strategi yang diidentifikasi meliputi: (1) pembentukan koperasi pemasaran untuk memperkuat posisi tawar peternak kecil; (2) diversifikasi produk turunan madu kelulut sebagai langkah antisipatif terhadap fluktuasi harga dan kondisi lingkungan; dan (3) pengembangan pelatihan teknis berkelanjutan untuk menjaga stabilitas produksi dan mutu produk. Strategi ini tidak hanya relevan dalam konteks lokal, tetapi juga menjadi bagian dari upaya adaptif menuju sistem agribisnis berkelanjutan di era ketahanan pangan nasional (Octavia *et al.*, 2024; Benzaghta *et al.*, 2021).

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agribisnis madu kelulut di Kelurahan Lempake memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui strategi yang berorientasi pada inovasi pemasaran dan hilirisasi produk. Posisi strategis yang berada pada kuadran progresif menggambarkan peluang pertumbuhan yang signifikan dengan dukungan kekuatan internal yang memadai. Strategi utama yang dihasilkan melalui analisis SWOT menekankan pentingnya pengembangan *branding* berbasis nilai lokal, penerapan teknologi digital dalam promosi dan distribusi, serta penguatan kapasitas kelembagaan peternak untuk memperluas jaringan pasar. Upaya hilirisasi melalui diversifikasi produk turunan bernilai tinggi menjadi langkah penting untuk meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan ekonomi. Penerapan strategi ini diharapkan mampu memperkuat daya saing madu kelulut di pasar nasional dan regional, meningkatkan kesejahteraan peternak, serta mendukung implementasi pembangunan agribisnis berkelanjutan yang berkontribusi terhadap ketahanan pangan Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Benzaghta, M. A., Elwalda, A., Mousa, M. M., Erkan, I., & Rahman, M. (2021). SWOT analysis applications: An integrative literature review. *Journal of Global Business Insights*, 6(1), 54-72.
- Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Samarinda. (2024). Laporan Tahunan Program Pemberdayaan Peternak Madu Kelulut di Samarinda Utara. Samarinda: Pemerintah Kota Samarinda.

- Faisal, M., Suyatno, A., & Suharyani, A. (2023). Analisis Kelayakan Usahatani Madu Kelulut (*Trigona* sp) di Desa Nanga Kebebu Kabupaten Melawi Provinsi Kalimantan Barat. *Jurnal Agrimanex: Agribusiness, Rural Management, and Development Extension*, 3(2), 130-139.
- Hafizah, N., & Yunani, A. (2022). Analisis Ekonomi Budidaya Madu Kelulut (*Trigona Itama*) di Desa Layuh Kecamatan Batu Benawa Kabupaten Hulu Sungai Selatan (HST). *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Pembangunan*, 5(1), 113-125.
- Halawa, M. D., & Vaulina, S. (2024). KINERJA USAHA PETERNAKAN DAN PEMASARAN LEBAH MADU KELULUT (*Apis trigona*) PADA USAHA ARMEINA BENHIL DI DESA BENTENG HILIR KECAMATAN MEMPURA KABUPATEN SIAK. *DINAMIKA PERTANIAN*, 40(3), 329-340.
- Harianja, A. H., Adalina, Y., Pasaribu, G., Winarni, I., Maharani, R., Fernandes, A., ... & Kuspradini, H. (2023). Potential of beekeeping to support the livelihood, economy, society, and environment of Indonesia. *Forests*, 14(2), 321.
- Harjanto, S., Mujiyanto, M., Arbainsyah, R. A., & Ramlan, A. (2020). Budidaya Lebah Madu Kelulut Sebagai Alternatif Mata Pencarian Masyarakat. Modul ini digunakan untuk Pelatihan Daring Budidaya Lebah Kelulut, yang diselenggarakan atas kerjasama Goodhope Asia Holdings Ltd, Environmental Leadership & Training Initiative (ELTI), Tropenbos Indonesia dan Swaraowa.
- Hirpara, P., Rameshbhai, P. M., Kele, V. D., Chudasama, M., & agdish Upadhye, V. (2023). Honey: a functional food and its application in food products. *Journal of Xidian University*, 17(10).
- Hudecová, M., Šedík, P., & Nagyová, L. (2021). Analysis of Consumer Behaviour on the Bee Products Market in Relation to the Health Trends. Challenges of Nowadays in the Light of Sustainability, 60.
- Lindheim, T. (2022). Participant validation: A strategy to strengthen the trustworthiness of your study and address ethical concerns. In *Researching values: Methodological approaches for understanding values work in organisations and leadership* (pp. 225-239). Cham: Springer Inter
- Nelles, W. (2023). Academic network-building for agroecology and sustainable agri-food systems in Southeast Asia: critical reflections on a regional initiative. *Agroecology and Sustainable Food Systems*, 47(1), 126-155.
- Nurmawati, E. E., & Mutolib, A. (2023). Strategi Pengembangan Agribisnis Belimbing Madu pada Kawasan Agropolitan Kota Banjar Provinsi Jawa Barat. *JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 7(2), 101-109.
- Octavia, S., Setiawati, S., Lubis, A. P., Apriliani, R., Sinulingga, G., & Kusumo, B. (2024). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui Hilirasasi Produk UMKM petani jeruk lemon dan kopi serta ternak madu menuju Standarisasi Halal di desa Margaluyu Bandung. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 8(2), 280-288.
- Oktavia, Y., Mahdi, M., Astuti, N. B., Hidayat, R., Yonariza, Y., Mutiani, C., ... & Arbain, A. (2025). Stingless Bee Honey Farming and Farmer Empowerment in Sawahlunto City, West Sumatra, Indonesia. In *BIO Web of Conferences* (Vol. 159, p. 07001). EDP Sciences.
- Olson, E. M., Olson, K. M., Czaplewski, A. J., & Key, T. M. (2021). Business strategy and the management of digital marketing. *Business horizons*, 64(2), 285-293.

- Pham, C. H. (2024). Qualitative data analysis. In *Applied linguistics and language education research methods: Fundamentals and innovations* (pp. 55-69). IGI Global Scientific Publishing.national Publishing.
- Putri, B. R. T., Suparta, I. N., Kayana, I. G. N., & Hellyward, J. (2023). Agribusiness strategy of Trigona honey bee farming (*Trigona* sp.) to strengthen local economy in Pempatan Village, Bali, Indonesia. *Global Scientific and Academic Research Journal of Multidisciplinary Studies*, 4088(0), 5-10.
- Qamara, C., Widiarta, I. P. G. D., Wahyuningtyas, A. N., & Aldiyanti, A. (2025). Socialization of Stingless Bee Cultivation for Economic Empowerment of West Payakumbuh Community, Payakumbuh City, West Sumatra. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 15-20. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v4i1.1739>
- Syahza, A., Savitri, E., Asmit, B., & Meiwarda, G. (2021). Small-scale agricultural product marketing innovation through BUMDes and MSMEs empow-erment in coastal areas. *Management Science Letters*, 11(8), 2291-2300.
- Tisdell, E. J., Merriam, S. B., & Stuckey-Peyrot, H. L. (2025). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- Tuzzahrahvi, R. (2021). Analisis efisiensi pemasaran produk madu kelulut (*Trigona* sp.) di Kota Tarakan. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 9(3), 210–220.
- Widiarta, I. P. G. D., Anindyasari, D., & Wahyuningtyas, A. N. (2024). The Role of Social Media Marketing and Electronic Word of Mouth on the Purchase Intention of Frozen Meat Products. *Agriwar Journal*, 4(2), 98-107.
- Widiarta, I. P. G. D., Anindyasari, D., Qamara, C., & Aprylasari, D. (2025). Community Empowerment and Sustainable Economic Development in Karang Tunggal Village, East Kalimantan. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(1), 06-14.
- Widiarta, I. P. G. D., Suarna, I. W., & Suryani, N. N. (2021). Development strategy of Bali cattle business towards sustainable rural economy. *International Journal of Life Sciences*, 5(2), 36-47.
- Widiarta, I. P. G. D., Suarna, I. W., Suryani, N. N., Suartiningsih, N. P. M., Kertiyasa, I. K. Y., & Wijakesuma, M. H. (2025). The Role of Managerial, Technical, and Marketing Factors in the Success of Young Entrepreneurs in Beef Cattle Farming. *Animal Nutrition in Tropical Studies*, 1(1), 19-30.
- Yulas, M. D. F., Manik, J. R., & Hassan, S. N. A. (2024). Optimalisasi Bauran Pemasaran Madu Kelulut di Serdang Selangor Malaysia Menggunakan Metode 6P. *JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian*, 9(6), 556-563.
- Yusof, N. A., Jimainal, M. N. H., Ansar, R., Chekima, B., Phin, N. Y., Shalahuddin, S., & Kinabalu, K. (2025). The Moderating Role of Socio-Economic Status in Digital Marketing Adoption and Agribusiness Sustainability among Rural Youth. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(4), 813-824.