

Strategi Berwirausaha Budidaya Lebah Madu Trigona di Kecamatan Banjar

Komang Denny Aprilyani¹, I Ketut Suardika²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma¹

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi berwirausaha budidaya lebah trigona di Kecamatan Banjar. Informan dalam penelitian ini adalah pembudidaya lebah madu trigona di Kecamatan Banjar. Teknik analisis data dilakukan dengan model analisis kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan dalam hal pengembangan usaha agar mampu bersaing dipasaran, dibutuhkan hasil panen madu yang berkualitas. Kredit di LPD difungsikan sebagai penunjang untuk pengembangan usaha kedepannya. Hal lain yang diperhatikan yaitu menganalisis ancaman atau risiko yang di hadapi dalam menjalankan usaha ini dan mengikuti tren pasar di era modern. Strategi pemasaran sangat berpengaruh dalam usaha ini karena bisa mengembangkan usaha sampai luar daerah dan pemasran juga berhubungan dengan menciptakan produk yang menarik dalam penampilan atau kemasan produk, dan promosi produk sangat penting. Dalam hal bertahan, peternak budidaya lebah madu trigona perlu memperhatikan kualitas produk dan pangsa pasar. Hal ini penting dilakukan agar konsumen memiliki kepuasan pada produk yang dipasarkan. Strategi yang digunakan pembudidaya lebah madu trigona yaitu strategi pemasaran karena strategi tersebut sangat menunjang perkembangan usaha ini karena bisa dipasarkan lewat media sosial di era modern.

Kata kunci: Strategi Berwirausaha, Budidaya Lebah Madu Trigona, Kecamatan Banjar.

ABSTRACT

This research aims to determine entrepreneurial strategies for cultivating trigona bees in Banjar District. The informants in this research were Trigona honey bee cultivators in Banjar District. The data analysis technique was carried out using a qualitative analysis model. The research results show that in terms of business development, quality honey harvest is needed to compete in the market. Credit at LPD functions as a support for future business development. Another thing to pay attention to is analyzing the threats or risks faced in running this business and following market trends in the modern era. Marketing strategy is very influential in this business because it can expand the business to outside the region. Marketing is also related to creating products that are attractive in appearance or product packaging, and product promotion is very important. In terms of survival, Trigona honey bee farmers need to pay attention to product quality and market share. This is important so that consumers are satisfied with the products being marketed. The strategy used by Trigona honey bee cultivators is a marketing strategy because this strategy really supports the development of this business because it can be marketed via social media in the modern era.

Keywords: Entrepreneurship Strategy, Trigona Honey Bee Cultivation, Banjar District.

PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang seiring dengan semakin bertambahnya jumlah tenaga kerja yang tidak sebanding dengan sedikitnya jumlah lapangan kerja, tuntutan agar bisa bersaing dan bertahan semakin kompetitif. Disini yang diperlukan pemikiran yang luas agar bisa bertahan dan tidak selalu menjadi karyawan. Setiap orang / individu harus mengembangkan diri agar dapat menemukan potensi dalam diri dan menjalani tuntutan ekonomi. Menciptakan usaha, sendiri atau berwirausaha merupakan salah satu hal yang dapat dilakukan sebagai jawaban atas semakin terbatasnya jumlah lapangan kerja.

Diharapkan melalui program UMKM yang ada saat ini dapat berperan besar dalam meningkatkan pendapatan per kapita, memperluas jumlah unit usaha, dan menyerap tenaga kerja

khususnya di pedesaan. Selain itu, usaha kecil dan menengah telah terbukti berkontribusi terhadap perlindungan ekonomi.

Salah satu jenis perusahaan adalah budidaya lebah trigona, yang merupakan industri khusus. Dalam upaya pembangunan ekonomi pedesaan dan industri pertanian berkelanjutan, peternakan lebah memegang peranan penting. Makanan berkualitas tinggi dari operasi peternakan lebah dapat meningkatkan pendapatan dan gizi penduduk pedesaan. Lebah madu sangat penting untuk menjaga kelangsungan hidup dan keanekaragaman spesies tanaman pertanian secara keseluruhan, serta produksi buah dan benih, melalui peran penyerbukannya. Dengan memanfaatkan nektar dan serbuk sari, dua produk tanaman yang banyak terbuang jika tidak dimanfaatkan untuk pakan lebah madu, peternakan lebah bahkan turut berkontribusi dalam optimalisasi sumber daya alam. Mengingat sumber daya alam Kecamatan Banjar sangat mendukung dan memenuhi semua kondisi geografis yang diperlukan untuk budidaya lebah trigona, maka industri ini mempunyai banyak potensi untuk tumbuh di sana. Oleh karena itu, mengembangkan strategi pengelolaan yang kuat sangat penting untuk pertumbuhan peternakan lebah trigona. Tidak hanya berpotensi mendongkrak pendapatan ekonomi dan pendapatan masyarakat, namun juga membantu kesehatan fisik.

Salah satu genera lebah tidak bersengat terbesar, Trigona hanya ditemukan di Dunia Baru. Ia pernah mempunyai lebih banyak subgenera daripada kelompok sekarang, dengan beberapa subgenera sebelumnya dipromosikan ke status genera. Nama ilmiah lebah ini adalah *Apis trigona*. Banyak orang menyebutnya lebah kelulut, atau Lonceng, Teuweul (Sunda), gala-gala (lilin lebah), serta lain sebagainya. Mereka adalah jenis lebah madu yang paling umum dipelihara secara historis oleh lebah Trigona yang ditemukan di seluruh dunia. *Trigona laeviceps*, *Trigona apicalis*, *Trigona itama*, dan *Trigona scaptotrigona* adalah yang paling mudah dikenali. Di daerah tropis dan subtropis seperti Australia, Afrika, Asia Tenggara, dan Amerika Tropis, Lebah Madu Trigona Klanceng banyak dijumpai. Lebih dari 29 spesies Trigona dapat ditemukan di daerah tropis Indonesia, yaitu dekat khatulistiwa dan hutan hujan. Secara fisik, lebah trigona berukuran lebih kecil dibandingkan jenis lebah lainnya. Lebah trigona bahkan tidak berbisa. Mungkin lebah terlihat kurang ganas dibandingkan spesies lebah lainnya karena tidak memiliki sengat serta menyukai bunga kecil. Ukuran lebah Klanceng yang sederhana memungkinkan mereka memasuki bunga-bunga kecil di dekat koloninya dengan mudah. Pekerja Lebah Madu Trigona berkulit hitam, dengan kepala besar dan rahang tajam yang memungkinkan mereka menggigit lawan saat gelisah. Sementara itu, ciri fisik ratu lebah yakni perutnya yang besar dan sayapnya yang pendek sehingga memungkinkannya diidentifikasi sebagai ratu lebah Klanceng Madu. Ukurannya tiga sampai empat kali lipat ukuran lebah pekerja. Kecuali jika sarangnya sudah sangat tua dan membusuk, atau lilinnya sangat keras, lebah-lebah ini tidak suka bepergian karena obesitasnya yang ekstrem dan kemampuan terbangnya yang buruk. Karena harga propolis sangat mahal di pasaran, masyarakat kini memiliki kesempatan untuk membudidayakannya berkat lebah ini, yang juga dikenal sebagai lebah tidak bersengat, yang menghasilkan zat dalam jumlah lebih besar dibandingkan lebah biasa. Trigona spp. juga dapat menghasilkan madu yang mengandung vitamin C yang memperkuat sistem kekebalan tubuh dan bertindak sebagai antibakteri. Salah satu faktor krusial yang harus diperhatikan adalah kualitas madu. Karena kontaminasi mikroba merupakan faktor utama yang mempengaruhi kualitas madu, sejumlah faktor menentukan kualitasnya, termasuk kadar air, keasaman, dan total gula. Faktor-faktor ini juga penting dalam menentukan stabilitas dan ketahanan terhadap kontaminasi mikroba selama penyimpanan melalui fermentasi atau pembusukan. Kualitas madu sangat dipengaruhi oleh kandungan airnya. Madu dengan kandungan air antara 17 dan 21 dianggap baik. Secara umum kualitas madu menurun seiring dengan meningkatnya kandungan air dan keasaman, begitu pula kualitas madu menurun seiring dengan menurunnya konsentrasi gula. Peneliti tertarik dengan taktik yang digunakan pengelola untuk mengembangkan bisnisnya berdasarkan uraian yang diberikan di atas, melihat jumlah tempat budidaya madu trigona mengalami peningkatan sesuai data yang tersaji pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Data Budidaya Lebah Madu Trigona di Kecamatan Banjar

Tahun	Jumlah	Tempat	Koloni	Pendapatan
2017	1	Banyuseri	42 koloni	Rp. 500.000
2018	1	Banyuseri	50 koloni	Rp. 10.000.000
	1	Banjar	50 koloni	Rp. 10.000.000
2019	1	Banyuseri	150 koloni	Rp. 15.000.000

2	Banjar	150 koloni	Rp.15.000.000
1	Pedawa	150 koloni	Rp.15.000.000

Sumber data: kelompok udidaya lebah madu trigona, 2023.

Data Tabel 1 menunjukkan bahwa jumlah tempat budidaya lebah madu trigona di Kecamatan Banjar meningkat. Tahun 2017 jumlah budidaya lebah madu trigona berjumlah 1 tempat budidaya di desa Banyuseri, mempunyai 42 koloni,pendapatan 4.500.000. Tahun 2018 jumlah budidaya 2 tempat budidaya di desa Banyuseri , Banjar yang mempunyai 50 koloni,pendapatannya 10.000.000 bertambah 2 budidaya yaitu desa Banyuseri,Banjar dan Pedawa mempunyai 150 koloni pendapatannya 15.000.000.

Berdasarkan uraian-uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian **“Strategi Berwirausaha Budidaya Lebah Madu Trigona di Kecamatan Banjar”**. Proses seorang individu atau sekelompok individu yang menggunakan pendekatan dan kemungkinan terstruktur untuk menghasilkan nilai guna memperluas, memuaskan keinginan dan keinginan dengan cara yang baru dan khas, dan terlepas dari sumber daya yang digunakan, dikenal sebagai kewirausahaan (Robbins & Coulter, 2018). Strategi kewirausahaan terdiri dari strategi pengembangan, strategi pengembangan, dan strategi defensif. Pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk menjaga dan mengembangkan kualitas produk dan menampilkan sebuah produk yang sudah ada, kemudian seiring dilakukan perbaikan produk, modifikasi, struktur, dan berkaitan dengan niali yang mampu ditambahkan dalam sebuah produk. Chandra menyebutkan bahwa strategi pemasaran merupakan rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu (Rahmah et al., 2022), dimana program pemasaran mencakup inisiatif pemasaran yang berpotensi mempengaruhi permintaan produk, seperti penyesuaian harga, desain promosi kreatif, penyesuaian kampanye periklanan, pemilihan saluran distribusi, dan banyak lagi. Strategi defensif merupakan alat pemasaran yang membantu perusahaan untuk mempertahankan pelanggan berharga yang dapat diambil oleh pesaing, dimana strategi defensif merupakan strategi bertahan perusahaan yang bertujuan mengurangi kemungkinan untuk diserang pesaing, memblokir serangan ke arah yang tidak membahayakan atau mengurangi intensitasnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi budidaya lebah trigona di kecamatan Banjar.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di tempat budidaya lebah madu trigona di Kecamatan Banjar. Informan yang bertindak sebagai sumber informasi dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Data Narasumber Budidaya Lebah Madu Trigona Kecamatan Banjar

Nama	Alamat
I Putu Sudiarta	Dusun Taman, Desa Banyuseri
Nyoman Tirta	Dusun Taman, Desa Banyuseri
I Made Sugita	Dusun Taman, Desa Banyuseri

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang berasal dari hasil wawancara bersama informan. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode agar diperoleh data yang lengkap. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti akan melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Studi dokumen adalah teknik pengumpulan data yang bersifat tercetak yang bertujuan untuk melengkapi data-data tambahan pada penelitian, seperti foto saat wawancara dengan narasumber, dan berbagai literatur yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif dari Miles & Huberman yang terdiri dari empat tahapan yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Sugiyono, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini menggunakan metode wawancara sebagai teknik pengumpulan data penelitian dari hasil wawancara ini dapat dilakukan dengan triangulasi sumber data untuk merekonstruksi hasil wawancara tersebut yang kemudian akan diwajibkan untuk penelitian ini. Adapun tujuan skripsi ini merupakan untuk mengetahui strategi berwirausaha. Berdasarkan hasil temuan di lapangan dan sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui strategi berwirausaha pada budidaya lebah madu trigona di Desa Banyuseri Kecamatan Banjar.

Strategi dalam suatu dunia bisnis atau usaha sangatlah dibutuhkan untuk pencapaian visi dan misi yang sudah diterapkan oleh perusahaan, maupun untuk pencapaian sasaran atau tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang. Strategi berwirausaha budidaya lebah madu trigona di kecamatan Banjar untuk melakukan wawancara dan berikut hasil dari wawancara dari ketiga informan.

Pertama terkait strategi pengembangan, dari hasil wawancara yang sudah dilakukan dapat dari ketiga narasumber dapat disampaikan bahwa pada analisis ancaman yang menjadi kekhawatiran peternak budidaya lebah madu trigona yaitu ada di dalam mengembangkan usaha ini seperti ancaman pada pesaing lain yang memiliki produk yang sama dan banyak pesaing, hama juga menjadi analisis ancaman itu hama. Ada pembentukan modal dalam melakukan usaha perlu memerlukan modal yang dilakukan oleh informan yang telah diwawancarai mendapatkan dana dengan cara meminjam dana sebagai modal usaha dalam bentuk kredit di LPD atau KUR di bank. Dari narasumber yang sudah melakukan wawancara tentang tren pasar juga berpengaruh dalam usaha ini karena saat ini perkembangan sudah mulai modern dan menjadi berkembang dipasaran. Diferensiasi produk dengan melakukan promosi produk dengan cara modifikasi sebuah produk atau label yang menarik dari produk yang ada dipasaran. Tingkat keuntungan dari hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber dengan memperhitungkan total keuntungan yang dapat dari penjualan madu dari lebah trigona, tingkat operasional dalam hambatan menjalankan usaha itu dalam kualitas dan panen madu lebah trigona. Faktor perubahan yang dilakukan mengembangkan kemasan pada produk yang menarik dan banyak diminati di pasaran.

Kedua terkait strategi pemasaran, hasil wawancara yang dapat disampaikan yaitu dari menciptakan produk yang banyak diminati konsumen dan kemasan yang menarik, logo dan desain kemasan dan berikan informasi pada kemasan tersebut seperti tanggal kadaluarsa, cara penyajian. Mengomunikasikan dengan pelanggan dapat membuat usaha ini berkembang dari konsumen biasanya pendapat, saran yang diberikan. Dari wawancara tersebut ada juga identifikasi peluang yang dimana target pasar yang saat ini berkembang dan peluang pasar mana yang akan dibidik untuk dijadikan tempat berjualan produk lebah madu trigona.

Ketiga terkait strategi bertahan, dimana ada dua yang menjadi variabel dalam wawancara penelitian ini yaitu menjaga kualitas produk dengan menjaga hasil panen madu lebah trigona. Dan pangsa pasar dengan menjaga harga tetap stabil dan kualitas bagus akan membuat konsumen tidak akan berpaling ke produk yang lain. Hasil penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan 3 (tiga) informan yang terdiri dari peternak budidaya lebah madu trigona di Desa Banyuseri.

Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode wawancara dengan beberapa informan dalam pengumpulan datanya yang kemudian hasil wawancara tersebut dengan menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini dibahas dengan memaparkan tiga strategi kewirausahaan yakni strategi pengembangan, strategi pemasaran, dan strategi bertahan.

Pertama terkait strategi pemasaran. Menurut penelitian dari Nursida et al. (2022), bahwa dalam strategi pengembangan yang harus diperhatikan dalam pengembangan usaha dibutuhkan produk yang berkualitas dapat bersaing dipasaran. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan informan yang kemudian dapat diketahui bahwa dalam melakukan suatu pengembangan usaha yang harus diperhatikan adalah (1) Analisis resiko, dimana strategi pengembangan pada analisis resiko yang digunakan dalam melakukan pengembangan produk yaitu menentukan tindakan pencegahan atau

mitigasi yang tepat terhadap setiap risiko yang identifikasi. Tindakan pencegahan ini dapat membantu usaha dalam menyusun skala prioritas sumber daya, mengurangi risiko yang signifikan, sekaligus memastikan agar usaha tetap fokus pada tujuannya. Untuk mencapai tujuan tersebut, usaha harus melakukan analisis risiko secara teratur. Dan menentukan tingkat kemungkinan/ frekuensi terjadinya risiko serta tingkat dampaknya terhadap pencapaian tujuan/ sasaran dengan mempertimbangkan aktivitas pengendalian yang sudah dilakukan. (2) Dana modal, dimana strategi pendanaan yang digunakan dalam melakukan pengembangan produk yaitu peminjaman dana dalam bentuk kredit di LPD Banjar untuk menambahkan modal. dapat diketahui LPD adalah salah satu lembaga yang bergerak di bidang keuangan yang kegiatannya menghimpun dana dan menyalurkan kembali ke kepada masyarakat yang memerlukan bantuan dalam bentuk peminjaman atau kredit. Kredit merupakan pemberian pinjaman kepada nasabah berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara pihak LPD dengan pihak lain yang mewajibkan pihak pinjaman melunasi hutangnya sesuai angka waktu yang telah disepakati dengan bunga sesuai aturan yang telah dibuat. Salah satu jenis kredit di LPD adalah kredit modal usaha. (3) Tren pasar, yakni mengikuti tren pasar yang berkembang di saat ini. Tren pasar yang selalu berubah, membuat harus rajin melakukan riset kecil-kecilan. Tujuannya yaitu agar bisa memahami kepuasan pelanggan terhadap produk Anda, serta untuk mengetahui tren yang sedang disukai oleh pasar. Dengan begitu, jadi mempunyai bekal untuk menentukan arah bisnis kedepannya. Setiap usaha tentu memiliki ciri khas pasar yang berbeda, sehingga penting sekali untuk melakukan riset pasar ini. (4) Diferensiasi produk, yakni membuat perbedaan suatu produk dengan mengembangkan atau memodifikasi sebuah produk. Diferensiasi produk adalah pembeda antara produk sejenis, baik dengan kompetitor maupun dengan produk inti yang kita miliki. Berbeda bukan berarti aneh. Perbedaan ini untuk membuat produk yang lebih unik dan menarik, dan pastinya dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Diperlukan pembeda dengan produk atau layanan yang ada dipasar, selain promosi, dan juga segmentasi pasar.. Diferensiasi mempermudah ajang promosi dan segmentasi. Dan promosi juga penting dalam diferensiasi produk melalui perbedaan produk dan media sosial. dan melakukan modifikasi produk dan penampilan produk. (5) Tingkat keuntungan, yang berupa memperhitungkan total keuntungan yang didapat dari suatu proses jual beli atau sebagainya. Dan memperhitungkan kerugian jika melakukan usaha ini, sehingga tingkat keuntungan yang didapat dari penjualan madu ini sangat penting di ketahui. (6) Tingkat operasional, yakni mencari ide menarik dalam produk sehingga yang menjadi hambatan dalam menjalankan usaha ini tidak ada biasanya hambatannya di ragukan kualitas produk. Ketika konsumen mengetahui kelemahan dari produk tersebut akan menjadi kurang peminatnya. (7) Faktor perubahan, yakni faktor perubahan yang dilihat dari penjualan ketika mengalami penurunan sebaiknya melakukan perubahan di produk yang dikembangkan jika kurang di minati oleh konsumen seperti merek atau kemasan yang menarik dan melakukan ide-ide baru yang banyak berkembang di era globalisasi saat ini.

Kedua terkait strategi pemasaran. Menurut penelitian Kamil (2019), strategi pemasaran dalam memperkenalkan produk sarana paling efektif untuk memasarkan produk adalah sosial media agar dapat bersaing di dunia pasar dan menciptakan produk yang menarik dalam kemasan produk. Dari hasil wawancara dalam strategi pemasaran untuk memperluas pemasaran produk sehingga produk dapat dikenal banyak konsumen juga dapat diperhatikan. (1) Menciptakan, yakni menciptakan inovasi baru pada produk dan membuat produk semenarik mungkin dan menciptakan kreativitas pada produk yang dibuat, akan tetapi kreativitas tidak dapat berkembang dengan sendirinya. Rangsangan dari lingkungan akan sangat berpengaruh untuk menumbuhkan kreativitas yang dilakukan usaha budidaya lebah madu trigona ini seperti madu yang mempunyai varian rasa tetapi masih ada kandungan madu yang alami atau dari tempat budidayanya dibuat menarik hingga banyak yang berkunjung. (2) Mengomunikasikan, yakni mengomunikasikan produk agar terlihat menarik dan di minati oleh konsumen, dan banyak pelanggan yang menyukai produk usaha tersebut.

Ketiga terkait strategi bertahan. Menurut penelitian Adam et al. (2022), strategi bertahan yaitu memberikan kualitas produk yang bagus agar menarik konsumen. Dari hasil wawancara dalam strategi pemasaran untuk memperluas pemasaran produk sehingga produk dapat dikenal banyak konsumen juga dapat diperhatikan. (1) Pangsa pasar, dimana pangsa pasar adalah sebuah presentase data menunjukkan seberapa besar dominasi suatu usaha terhadap pasar yang ditargetkannya. Dalam hal ini, usaha harus membandingkan data dengan pesaing lain yang menjalankan usahanya pada bidang yang sama atau menjual produk serupa. Tujuan dari mengetahui pangsa pasar adalah untuk mencari tahu sejauh mana suatu produk diterima di masyarakat. Strategi pangsa pasar yang diterapkan Budidaya Lebah Madu Trigona Kecamatan Banjar adalah menjaga harga tetap stabil. Dengan harga

stabil serta kualitas yang bagus akan membuat konsumen tidak berpaling. (2) Kualitas produk, dimana menjaga kualitas produk adalah hal yang utama. Dengan kualitas produk yang bagus maka barang yang dihasilkan akan bagus pula. Hal-hal yang bisa dilakukan untuk menjaga kualitas produk yaitu menjaga kualitas dari kebersihan produk agar terlihat higienis, pada saat panen madu harus sesuai dengan waktu panen sehingga membuat madu terlihat mempunyai kualitas yang bagus dan baik serta kemasan tau merek juga harus terlihat menarik dan mengikuti perkembangan modern saat ini.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini dengan mempertimbangkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan, bahwa dilihat dari produk yang di pasarkan sehingga mendapatkan banyak peminat dari konsumen dapat menggunakan strategi pengembangan yaitu dengan menganalisis resiko yang akan di hadapi dan peminjaman modal menjadi penting dalam membangun usaha ini, strategi pemasaran yaitu dengan menggunakan sosial media yang berkembang pesat saat ini sehingga peminat madu lebah trigona menjadi banyak, dan strategi bertahan yaitu dengan menjaga kualitas produk dan pangsa pasar sehingga usaha yang dijalankan berkembang. Strategi berwirausaha yang di terapkan oleh usaha budidaya lebah madu trigona di kecamatan banjar untuk dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan dalam berbagi situasi kondisi yang di hadapi.

Setelah memberikan kesimpulan atas hasil kajian pada uraian di atas, maka dibagian akhir disampaikan beberapa saran. Pembudidaya lebah madu trigona di Kecamatan Banjar disarankan untuk melakukan promosi produk yang lebih dikembangkan karena jaman sekarang sudah banyak pesaing yang menggunakan media sosial untuk melakukan produk. Pembudidaya lebah madu trigona di Kecamatan Banjar juga disarankan untuk mengubah tampilan produk pada kemasan yang menarik, agar bisa menarik pelanggan dan ingin mencoba produk tersebut.

DAFTAR RUJUKAN

- Adam, A., Umar, Z. A., & Niode, I. Y. (2022). Analisis Strategi Bersaing Dan Strategi Bertahan Pada UMKM Di Kota Gorontalo Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus UMKM Zoellen Sagela). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(2), 557–657. <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v5i2.16495>
- Kamil, M. A. (2019). *Strategi pemasaran produk lebah madu apis mellifera di ternak lebah natural dengan pendekatan SWOT: studi kasus ternak lebah natural Desa Podorejo Kec. Ngaliyan Kota Semarang*. UIN Walisongo.
- Nursida, Istikomah, & Novrata, A. (2022). Strategi Pengembangan Budidaya Lebah Madu Trigona Sp. di Desa Sangatta Selatan Kecamatan Sangatta Selatan, Kutai Timur. *Jurnal Pengembangan Penyuluhan Pertanian*, 19(35), 74–86.
- Rahmah, Z. A., Rahmah, Y., Purnama, C., Fatmah, D., & Rahmah, M. (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap UMKM Di Desa Kintelan (Studi Kasus UMKM Di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto). *Jurnal BUDIMAS*, 04(01), 1–12.
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P.* Erlangga.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV Alfabeta.