

**BANTUAN MEMBUAT PERENCANAAN BUDI DAYA LEBAH MADU
DI PERKEBUNAN KOPI PT. SINAR MAYANG SARI**

Ir. Andi Yudha A.P., M.S.
Bambang Hengky, S.Pi., M.M.
Email : andimeiyudha@gmail.com

ABSTRAK

Rencana pengembangan budidaya lebah madu ini diawali oleh sekelompok pecinta kopi yang menghadapi masa pensiun namun tetap ingin memiliki aktivitas. Oleh karenanya digagaslah aktivitas budidaya lebah madu dengan ciri madunya memiliki rasa kopi. Media yang dipilih adalah perkebunan kopi di Pangalengan Kabupaten Bandung yang dikelola oleh PT Sinar Mayang Lestari. Aspek budidaya ini bertujuan membimbing calon pengusaha budidaya lebah madu sampai mereka dapat mengimplementasikan budidaya tersebut, dari yang bersifat teoritis sampai ke pendampingan. Sharing pengalaman juga diberikan oleh para pelaku usaha budidaya lebah madu yang diundang dengan tujuan memberikan motivasi kepada para calon pengusaha budidaya lebah madu. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah agar calon pelaku budidaya lebah madu memperoleh gambaran mengenai seluk beluk budidaya lebah madu sehingga ketika melakukan implementasi mereka memiliki pertimbangan-pertimbangan pada aspek : teknis, pembiayaan, serta aspek pemasaran.

Kata kunci : Perencanaan, Budi Daya, Kopi

ABSTRACT

The development plan for honey bee cultivation was initiated by a group of coffee lovers who faced retirement but still wanted to have activities. Therefore the activity of honey bee cultivation is initiated with the characteristics of honey having coffee flavor. The selected media is coffee plantations in Pangalengan, Bandung Regency, which are managed by PT Sinar Mayang Lestari. This cultivation aspect aims to guide prospective entrepreneurs in honey bee cultivation until they can implement the cultivation, from the theoretical ones to mentoring. Sharing experiences were also provided by honey bee businessmen who were invited with the aim of providing motivation to prospective entrepreneurs of honey bee cultivation. The expected result of this activity is that prospective honey bee cultivators get an overview of the ins and outs of honey bee cultivation so that when implementing it they have considerations on aspects: technical, financing, and marketing aspects.

Keywords: Planning, Cultivation, Coffe

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi.

Aktivitas membudidayakan lebah sebenarnya telah sejak lama dilakukan, hal ini terbukti dengan adanya beberapa relief masa lampau yang menjadi peninggalan nenek moyang. Beberapa

pertimbangan masyarakat membudidayakan lebah adalah atas dasar pertimbangan (i) produksi secara langsung (madu, tepungsari, royal jelly, malam (lilin), zat perekat dll) (ii) serta tidak langsung yaitu dalam proses penyerbukan tanaman.

Keunggulan khasiat madu memang tak perlu disangsikan lagi. Sebagai makanan bergizi tinggi, madu bahkan sudah dikenal sejak zaman M

esir dan Yunani Kuno. Di zaman Mesir kuno, larutan madu juga dimanfaatkan sebagai zat pengawet daging binatang buruan dan mumi raja-raja Fir'aun. Madu juga diyakini dapat memperpanjang umur orang yang mengkonsumsinya. Manfaat lain dari lebah adalah racun sengatnya ternyata bisa untuk pengobatan berbagai penyakit. Di Cina, lebah juga dimanfaatkan oleh perkebunan untuk membantu proses penyerbukan tanaman tertentu.

Rencana pengembangan lebah madu ini diawali dari sekelompok pecinta kopi yang menghadapi masa pensiun namun ingin tetap memiliki aktivitas. Maka digagaslah aktivitas budidaya lebah madu dengan ciri madu dengan rasa kopi. Media yang dipilih adalah perkebunan kopi di Pangalengan Kabupaten

Bandung yang dikelola oleh PT Sinar Mayang Lestari.

Tiga hal yang menjadi pertanyaan, adalah :

1. Bagaimana cara melakukan budidaya lebah madu sampai dengan menghasilkan.
2. Permodalan.
3. Pemasaran.

1.2. Tujuan Kegiatan.

Kegiatan ini bertujuan untuk membimbing calon pengusaha budidaya lebah madu sampai dengan implementasi usaha budidaya, mulai

dari teoritis sampai dengan pendampingan. Dilakukan juga sharing pengalaman yang diberikan oleh pelaku usaha budidaya lebah madu yang diundang dengan tujuan memberikan motivasi kepada calon pengusaha budidaya lebah madu.

1.3. Manfaat Kegiatan.

Diharapkan calon pelaku budidaya lebah madu memperoleh gambaran mengenai seluk beluk budidaya lebah madu sehingga ketika melakukan implementasi, memiliki pertimbangan-pertimbangan teknis seperti pembiayaan dan pemasaran.

1.4 Tinjauan Pustaka.

1.4.1 Aspek Budi Daya Lebah Madu.

Seperti disebutkan di dalam link <https://hardianimalscience.files.wordpress.com/2014/05/lebah-madu>. bahwa jenis usaha peternakan lebah adalah flying system. Artinya, usaha ini tidak punya lahan atau lokasi yang tetap, karena kehidupan ternak ini mengikuti musim berbunga tanaman tertentu sehingga lokasi peternakannya pun berpindah-

pindeh. Karenanya tidak membutuhkan modal lahan untuk pembuatan kandang dan juga biaya pakan. Cukup menyewa atau titip dengan sistem bagi hasil dengan pengelola perkebunan, dinas perhutani atau petani bunga selama musim bunga.

Modal yang diperlukan untuk memulai bisnis ini terdiri dari dua modal yaitu modal investasi dan modal kerja. (a) Modal investasi yang dibutuhkan

berkisar antara Rp 200.000 – Rp 500.000 (tergantung jenis lebahnya) per kotak lebah madu yang berisi empat sisir (sarang). Satu kotak berisi satu ratu lebah dan lebih kurang 10.000 ekor lebah pekerja. Investasi modal tetap yang diperlukan dalam kegiatan budidaya lebah madu selama beberapa periode pemanenan termasuk alat-alat produksi dan koloni lebah madu minimal 40 kotak dan idealnya adalah 100 kotak koloni lebah madu. (b) Modal pengetahuan dasar dalam beternak lebah madu.

Selanjutnya disebutkan di dalam link <http://www.agrowindo.com/wp-content/uploads/2017/05> bahwa hasil budidaya lebah madu yakni madu, memiliki nilai jual yang tinggi. Ini karena madu sangat sulit di dapatkan dan jumlah pembudidaya lebah madu juga masih minim. Usaha budi daya lebah madu memang membutuhkan ketelatenan dan ketekunan, serta teknik khusus. Budi daya lebah madu dengan kondisi lingkungan yang memadai akan mendukung lancarnya bisnis.

Menurut Solihin (2015), budidaya lebah ada dua cara yaitu : (a) Budidaya Lebah Secara Menetap dan (b) Budidaya Lebah Secara Berpindah. Pada budidaya lebah secara menetap koloni lebah diperoleh dari penangkapan koloni yg belum dibudidayakan, sedangkan pada budidaya lebah secara berpindah sampai saat ini koloni diperoleh dari lebah paket.

Koloni Apis Cerana (lebah madu) yang belum dibudidayakan sering dijumpai di atap rumah, lubang-lubang batang pohon dan sebagainya. Suatu koloni dapat ditangkap langsung lalu dimasukkan ke dalam kotak penangkap

yang sudah diisi sisiran kosong dan larutan gula kental yang diletakan dekat koloni lebah yang telah ditangkap. Mula-mula koloni lebah diasapi secukupnya sehingga lebah menjadi jinak atau tidak agresip. Irislah sisiran sarang lalu ikatkan pada bingkai sarang perlahan-lahan, kemudian cari ratunya. Masukkan lebah ratu ke dalam sangkar ratu lalu tempelkan ditengah sisiran yang sudah disiapkan di dalam kotak lebah. Sisiran lebah yang dipindah adalah sisiran muda yang berwarna putih dan penuh larva, madu dan tepungsari (pollen). Letakkan kotak lebah pada tempat yang agak terbuka supaya anggota koloninya yang lain dapat masuk kedalam kotak itu. Setelah semua lebah

masuk, kotak ditutup. Sehari setelah penangkapan, kurungan ratu dibuka dan agar ratu tidak terbang maka sayap depan lebah ratu dipotong sedikit. Tiga hari setelah penangkapan, lebah sudah tenang dan akan aktif kembali mencari makan, mebuat sarang dan sebagainya.

Villian (2015), rasa dan aroma madu sangat di pengaruhi oleh jenis bunga asal yang di hisapnya. Dewasa ini banyak sekali di jumpai di pasaran jenis jenis madu, ada madu kapuk randu, klenkeng, ranbutan, manga, asam, jeruk dan lain-lain. Madunya juga berkhasiat sama dengan pohonnya contohnya madu kayumanis (cinnamon honey) yang pohon asalnya biasa dimanfaatkan untuk pengobatan pencernaan maka madunya pun sama khasiatnya. Untuk madu dengan aroma kopi, tentunya lebah harus ditenakan di area yang banyak memiliki pohon kopi, sehingga lebah akan banyak mengisap sari dari bunga kopi.

Dalam artikel Nektar Madu Murni yang terbit pada Kamis 24 Januari 2008, dikemukakan bahwa madu dari lebah yang ditenakkan, untuk mendapatkan madu pada umumnya “digembalakan” dari satu daerah ke daerah lain mengikuti musim bunga di daerah tersebut. Misalkan ketika daerah Subang Jawa Barat sedang musim bunga rambutan, maka lebah yang berada dalam kotak rumah lebah akan dibawa dan ditempatkan di daerah subang tersebut..

1.4.2 Aspek Pemasaran Madu

Virmansyah (2015), menyatakan, bahwa, menjual sebuah produk itu tidak bisa hanya sekedar menjual saja. Semua itu harus ada strateginya. Tidak perlu terlalu fokus ke produk, berikan informasi-informasi yang relevan dan nyata untuk mendongkrak kepercayaan konsumen terhadap produk yang

kita jual. Apalagi jika proses transaksi dilakukan secara online bukan tatap muka.

Ada tiga poin strategi marketing yang dapat ditiru :

1. Mengunggulkan Produk
2. Menyertakan Bukti Dari Keunggulan
3. Rekomendasi Orang Terpercaya

Menurut Kinantan (2015) yang telah berpengalaman dalam penjualan madu mengemukakan fakta perihal madu, yaitu :

1. Fakta pertama, madu adalah produk legenda.

2. Fakta kedua, bahwa ada banyak sekali penjual madu, belum pernah mendengar ada “perang harga” di pasar.

Selain itu, MADU adalah HERBAL UTAMA, banyak produk herbal saat ini memasukkan madu sebagai salah satu, campurannya. MADU juga digolongkan menjadi produk SUPER FOOD, kandungan nutrisinya sangat lengkap, tanpa perlu diolah dapat langsung dikonsumsi. Dan madu bukan produk musiman, sehingga effort untuk inovasi pengembangan produk tidak perlu segenar produk lain yang siklus hidup produknya pendek, MADU punya siklus hidup yang sedikit lebih panjang dari produk lain.

Inilah dasar pemikirannya dalam melakukan studi, mengapa harus memilih produk MADU, dasar pemikiran ini bisa juga digunakan ke produk lain. Dari pemikiran ini akan lebih mudah menghitung potensi “uang” yang ada di dalam pasar MADU. Sehingga studi kelayakan usaha ini bisa lebih mudah dihitung. Dan walaupun kita ingin “menjual” ide ini ke investor, akan lebih mudah menjelaskannya. Selain pasarnya sudah jelas, potensi pendapatannya juga jelas, tinggal kita kerahkan tenaga dan pikiran untuk memastikan produk kita diterima pasar.

BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN

2.1 Waktu Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan di perkebunan kopi milik PT Sinar Mayang Lestari di Pangalengan Kabupaten Bandung pada 7 – 9 September 2016.

2.2. Metode Kegiatan.

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini, adalah (a) dengar pendapat (b) diskusi dan sharing pengalaman

2.3. Kerangka Pemecahan Masalah

Masalah Solusi Teknik Budi Daya
Mendatangkan ahli budi daya lebah
Lebah Madu . Analisis Biaya Sharing
pengalaman dalam mem- Budi Daya
Lebah buat media lebah madu (Bahan
yang Madu dibeli dan bahan tidak
dibeli)

1. Sharing pengalaman dalam memasarkan produk madu Pemasaran Madu
2. Mengakses situs internet yang berhubungan dengan pemasaran produk madu

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Kegiatan diawali dengan mendengar maksud dan tujuan dari calon pengelola budidaya, terutama berkaitan model budidaya dan skala produksi yang diinginkan. Kegiatan dipandu oleh para ahli yang sekaligus pelaku budidaya lebah madu.

Pada kesempatan tersebut disampaikan pengalaman yang pernah dilakukan, mulai dari keputusan memilih usaha lebah madu, proses penangkaran, panen madu sampai dengan pemasaran.

Pertanyaan-pertanyaan yang muncul adalah tentang sengatan lebah, bagaimana memperoleh bibit lebah, cara pengawasan hingga pemasarannya. Pertanyaan mendasar mengenai :

“kenapa harus membuka usaha lebah madu”.

Muncul pula pertanyaan mendasar berkaitan dengan rasa madu dan kualitas madu yang dihasilkan dari suatu peternakan, apakah dipengaruhi oleh ketersediaan jenis media dimana lebah madu di budidayakan.

3.2 Pembahasan

Aspek teknis yang perlu mendapat perhatian dalam membuat usaha lebah madu,

adalah pembuatan rumah lebah, penempatan/letak rumah dan pertimbangan kesediaan pakan. Pembuatan rumah lebah perlu diperhatikan karena cukup menentukan terhadap produksi lebah sebagaimana tujuan dan skala budidaya, apakah skala rumahan atau skala yang lebih besar.

Karena usaha lebah madu yang dilakukan adalah skala rumahan dan bersifat plasma, maka pemasaran dilakukan melalui

induk plasma. Disadari cara tersebut menyebabkan adanya ketergantungan pasar. Namun memang sulit mengalihkan pemasaran melalui induk plasma ke pasar langsung, karena mekanisme awal yang sudah terjalin sebelumnya. Sharing pengalaman ini penting bagi yang memiliki keinginan membuat usaha budi daya lebah madu.

Aspek perencanaan pada pemasaran sudah harus dipersiapkan sebagai bagian dalam Perencanaan Usaha Budi Daya Lebah Madu. Perencanaan pemasaran madu, dimulai dari orientasi pasar madu mulai regional sampai

dengan nasional, seperti : untuk konsumsi masyarakat sekitar, untuk suplai kepada penjual madu, untuk penyedia nutrisi yang mengandung madu, untuk industri yang menggunakan bahan dari madu. Dengan demikian informasi-informasi penjualan maupun agen-agen penjualan madu dapat dengan mudah ditemukan, terutama melalui akses internet. Dengan cara tersebut tidak menutup kemungkinan pemasaran berlanjut ke ekspor.

Aspek komunikasi dengan konsumen madu atau yang membutuhkan madu dan penjual madu adalah penting guna membangun jaringan yang dapat menjamin keberlangsungan penjualan dan usaha.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan.

1. Rencana Budi Daya Lebah Madu di Perkebunan Kopi Milik PT Sinar Mayang Lestari dapat direalisasikan dengan tetap melakukan pendampingan pada tahap pelaksanaan dan budi daya.
2. Sebagai tahap awal, usaha lebah madu yang akan dijalankan bersifat plasma terutama pada tahun pertama. Selanjutnya berangsur-angsur dapat dilakukan sendiri. Pada tenggang waktu usaha sebagai plasma peternak madu harus mempelajari seluk-beluk pemasaran madu.
3. Aspek pemasaran adalah penting karenanya perencanaan pemasaran sudah harus dipersiapkan sebagai bagian dari Perencanaan Usaha Budi Daya Lebah Madu.

4. Melakukan komunikasi dengan konsumen madu guna membangun jaringan untuk keberlangsungan usaha.

4.2 Saran

1. Pengembangan dan pemeliharaan Jejaringan pemasaran harus dilakukan dengan terus menerus, guna menjamin kelangsungan pemasaran produk
2. Perlu memperhatikan intensitas pemeriksaan terhadap ternak lebah guna mencegah perpindahan lebah ke tempat lain akibat terganggunya sarang atau ketersediaan nektar.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrowindo (2017). Peluang Usaha Budidaya Lebah Madu Dan Analisa Usahnya. www.agrowindo.com > Peluang Usaha.
- S Adi Firmansyah (2015). Strategi Marketing Penjual Madu Ini Patut Ditiru. <https://www.virmansyah.info/2015/.../strategi-marketing-penjual-madu-ini-patut-ditiru>
- Suhardi (2011). Budidaya Lebah Madu (Apis Cerana, Apis Dorsata, Apis Florea, Apis Mellifera) Universitas Mulawarman. Kalimantan Timur. Indonesia <https://hardianimalscience.files.wordpress.com/2014/05/lebah-madu>.
- Vilian (2015).Jenis Madu Berdasarkan Nektar Yang Di Hisap Oleh Lebah. madubinaapiari.co.id/jenis-madu-berdasarkan-nektar-yang-di-hisap-oleh-lebah/