

**Analisis Resiliensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah  
(UMKM) Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo,  
Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu Terhadap Krisis  
Pandemi COVID-19**

**Disusun dan diajukan oleh:**

**ARMITA  
M011181007**



**PROGRAM STUDI KEHUTANAN  
FAKULTAS KEHUTANAN  
UNIVERSITAS HASANUDDIN  
MAKASSAR  
2022**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**ANALISIS RESILIENSI USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH  
(UMKM) MADU TRIGONA QUEENY DI DESA TO'PONGO,  
KECAMATAN LAMASI, KABUPATEN LUWU TERHADAP KRISIS  
PANDEMI COVID-19**

**Disusun dan diajukan oleh**

**ARMITA**

**M011181007**

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian  
Studi Program Sarjana Program Studi Kehutanan Fakultas Kehutanan Universitas  
Hasanuddin

Pada tanggal 05 Desember 2022

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui:

**Pembimbing Utama**



**Prof. Dr. Supratman, S.Hut, MP**

**NIP. 19700918199702 1 001**

**Pembimbing Pendamping**



**Prof. Dr. Ir. Syamsu Alam, MS**

**NIP. 19590420198503 1 003**



**Dr. Ir. Syamsu Rijal, S.Hut., M.Si. IPU**

**NIP. 19770108 200312 1 003**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Armita  
NIM : M011181007  
Program Studi : Kehutanan  
Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya berjudul:

“Analisis Resiliensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu Terhadap Krisis Pandemi COVID-19”

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambil alihan tulisan orang lain, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 27 Oktober 2022

Yang Menyatakan

  
Armita

## ABSTRAK

### **Armita (M011181007) Analisis Resiliensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu Terhadap Krisis Pandemi COVID-19**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk pengelolaan, langkah-langkah adaptasi manajemen dan menganalisis resiliensi UMKM Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu Terhadap Krisis Pandemi COVID-19. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan pendekatan partisipatif dengan teknik observasi, wawancara, studi literatur dan dokumentasi. Data diolah dan dianalisis dengan metode deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Hasil penelitian menyatakan bahwa UMKM Madu Trigona Queeny resilien terhadap krisis pandemi COVID-19. Hal ini dapat dilihat dari penerimaan bersih terendah di tahun 2018 sebesar Rp. 20.107.973/tahun dan tertinggi di tahun 2020 sebesar Rp. 143.911.223/tahun. Sedangkan biaya marginal mengalami penurunan dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar -15% dari Rp. 135.539/liter menjadi Rp. 115.808/liter, kemudian mengalami peningkatan dari tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar 19% dari Rp. 115.808/liter menjadi Rp. 138.347/liter. Hal tersebut diakibatkan oleh meningkatnya volume produksi pada tahun 2020. Saat permintaan konsumen meningkat biaya marginal bisa mengalami penurunan karena pemilik usaha bisa melakukan pemanenan, pengemasan dan distribusi dalam sekali siklus produksi sehingga penggunaan biaya produksi juga menjadi lebih hemat karena biaya marginal dipengaruhi oleh tingkat perubahan dari biaya total terhadap perubahan satu unit produk yang dihasilkan. Begitu pula dengan penerimaan marginal mengalami peningkatan dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 8% dari Rp. 370.689/liter menjadi Rp. 401.358/liter, kemudian dari tahun 2020 ke tahun 2021 sebesar 6% dari Rp. 401.358/liter menjadi Rp. 426.363/liter. Hal ini terjadi karena penerimaan marginal dipengaruhi oleh jumlah madu yang terjual. Semakin tinggi permintaan konsumen maka semakin tinggi pula penerimaan yang didapatkan oleh pemilik usaha begitupun sebaliknya.

Kata kunci: UMKM, Resiliensi, Madu Trigona Queeny, Biaya Marginal, Penerimaan Marginal

## **ABSTRACT**

*This study aims to describe management forms, management adaptation steps and analyze the resilience of Trigona Queeny Honey SMEs in To'pongo Village, Lamasi District, Luwu Regency Againsts the COVID-19 Pandemic Crisis. Data collection was carried out using a participatory approach with observation techniques, interviews, literature studies and documentation. The data were processed and analyzed using descriptive qualitative and quantitative methods. The results of study stated that Trigona Queeny Honey SMEs were resilient against the COVID-19 pandemic crisis. This can be seen from the lowest net income in 2018 of Rp. 20.107.973/year and the highest in 2020 of Rp. 143.911.223/year. Meanwhile, marginal costs have decreased from 2019 to 2020 by -15% from Rp. 135.539/liter to Rp. 115.808/liter, then it has increased from 2020 to 2021 by 19% from Rp. 115,808/liter to Rp. 138,347/liter. This is due to the increase in production volume in 2020. When consumer demand increases, marginal costs may decrease because business owners can harvest, pack and distribute in one production cycle so that the use of production costs becomes more efficient because marginal cost are affected by the rate of change of total cost for the change in one unit product produced. Likewise, marginal revenue has increased from 2019 to 2020 by 8% from Rp. 370.689/liter to Rp. 401.358/liter, then from 2020 to 2021 it will be 6% of Rp. Rp. 401.358/liter to Rp. 426.363/liter. This happens because the marginal revenue is affected by the amount of honey sold. The higher the consumer demand, the higher the revenue obtained by business owners and vice versa.*

*Keywords: SMEs, Resilience, Trigona Queeny Honey, Marginal Cost, Marginal Revenue*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus Kristus atas segala kasih karunia dan berkat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Analisis Resiliensi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Madu Trigona Queeny di Desa To’pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu Terhadap Krisis Pandemi COVID-19**”, guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan pendidikan S1 di Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa ada bantuan dari berbagai pihak, baik bantuan moril maupun materil. Pada kesempatan ini penulis ingin menghanturkan penghargaan yang istimewa dan setinggi-tingginya kepada orang tua penulis Ayahanda tercinta **Paramil** dan ibunda tersayang **Antonia**. Dengan penuh kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada beliau yang telah membesarkan, mendidik, memberikan motivasi dengan penuh kasih sayang, kesabaran, ketulusan dan keikhlasan serta lantunan doa yang senantiasa memeluk anaknya. Semoga tulisan ini menjadi kebanggaan Ayah dan Ibu. Untuk saudaraku tersayang satu-satunya **Armice**. Terima kasih atas segala perhatian, kasih sayang, dan bantuan yang telah diberikan selama ini. Semoga sukses dan sehat selalu dalam bangku perkuliahannya.

Dengan segala kerendahan hati, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Supratman, MP** selaku pembimbing utama, dan Bapak **Prof. Dr. Ir. Syamsu Alam, MS** selaku dosen pembimbing pendamping. Terima kasih atas waktu yang diberikan, ilmu dan pemahaman, saran, motivasi serta teguran yang sifatnya membangun yang diberikan kepada penulis selama menyelesaikan tugas akhir. Penulis berharap semoga Bapak senantiasa diberkahi dan selalu dalam lindungan Allah SWT.
2. Bapak **Prof. Dr. Ir. Yusran, S.Hut, M.Si, IPU** dan Bapak **Prof. Dr. Ir. Daud Malamassam, M.Agr, IPU** selaku dosen penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang

berkenan baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini. Semoga Bapak senantiasa berada dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa.

3. Bapak **Dr. H. A. Mujetahid M, S.Hut, M.P** selaku Dekan Fakultas Kehutanan, Ketua Departemen Kehutanan Bapak **Dr. Ir. Syamsu Rijal, S.Hut. M.Si. IPU**, Sekretaris Departemen Ibu **Gusmiaty, S.P., M.P.** dan seluruh **Dosen** serta **Staff Administrasi** Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin terima kasih atas segala bantuannya.
4. Pengelolah **UMKM Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu** terkhusus untuk kak **Wiwi Octaviani, S.Hut, M.Hut** yang bersedia menjadi narasumber. Terima kasih telah menerima, membantu dan mengarahkan penulis dalam melakukan penelitian di lapangan, terima kasih telah menerima dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Sukses selalu dalam karir dan keluarganya.
5. Keluarga Besar **Laboratorium Kebijakan dan Kewirausahaan Kehutanan**. Terima kasih telah banyak membantu dan memberi dukungan selama penyusunan skripsi ini maupun selama perkuliahan.
6. Kawan seperjuanganku **Solidaritas Muda Rimbawan 2018 (SOLUM 18)**. Terima kasih telah menjadi saudara selama berproses di Kehutanan dan Himpunan tercinta **BE-Kemahut SI-Unhas**. Terima kasih atas segala cerita suka dan duka yang terukir diantara kita semua. Kebersamaan yang luar biasa selama kurang lebih 4 tahun akan menjadi momen kehidupan yang tidak akan terlupakan. Semoga kita mencapai kesuksesan masing-masing sesuai dengan rencana indah-Nya. Selamat berjuang mendapatkan gelar **S.Hut**. Semoga tali persaudaraan dan rasa solidaritas tidak akan lekang oleh waktu. Salam rimba.
7. Bestie-bestieku layaknya keluargaku hingga saat ini: **Hermin Sita'pa, Irene Witania Pakan, Anita Tanggulungan, Savika Lestari Tambaru, Ocdita Rana, Gracelia Katerien Lebang, Ekaristi Esy, Mita Yunus, Shicilia, Elda Yunisa Situmorang, Jihan Fahira Randan, Imanuel Iglesyas Rappun**. Terima kasih telah mewarnai hidupku, terima kasih untuk segala supportnya, baik waktu, tenaga maupun pikiran, terima kasih sudah seperti layaknya keluarga yang selalu peduli. Semoga orang-orang baik seperti kalian selamanya menjadi bagian dari cerita hidupku. Sukses ya guys.

8. Keluarga Besar **PMK FAPERTAHUT UNHAS**. Terima kasih telah menjadi salah satu rumah tempatku berproses, menjadi bagian dalam pertumbuhan pelayananku khususnya selama perkuliahan. Semoga selalu jaya dan terus bertumbuh menjadi persekutuan dan wadah pelayanan untuk kemuliaan Tuhan. Secara khusus untuk teman seangkatanku **MOSAİK XIX**, terima kasih atas segala cerita suka dan duka yang terukir diantara kita semua, berbagai kebersamaan yang luar biasa dan tidak akan terlupakan. Semangat berjuang guys, God bless us. Amin
9. Keluarga Besar **NHP Squad: Claresta Lim Sina, Brian Lim Sina, Ryan Irfansyah, Robi Lukin, Monika Tiku Padang, Asi Sri Ningsih, Yorsan M Patonde, Paul Domansa, Winda Francilia Sambe**, tante **Lusi** dan paman **Fransiscus Sambe**, serta keluarga besar **Griya G/10 Squad: Ade Warni Batara Randa, Paipinan Batara Randa, Gabriela Febriadum Randa, Viara Nadira Pongtuluran**. Terima kasih atas dukungan, bantuan, motivasi dan kebaikan-kebaikannya selama ini. Terima kasih sudah menjadi tempat keluh kesahku. Terima kasih untuk kontribusinya dalam memfasilitasi penyelesaian skripsi ini. Sukses ya semuanya.

Akhirnya kebahagiaan penulis dipersembahkan untuk keluarga tercinta yang pengorbanannya luar biasa tak terhingga dalam kehidupan penulis selama ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu selama penyelesaian skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan bagi orang yang memerlukan di masa yang akan datang.

Makassar, 27 Oktober 2022

Armita



# DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN .....	iii
ABSTRAK .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan dan Kegunaan .....	3
II. TINJAUAN PUSTAKA .....	4
2.1 Definisi Resiliensi .....	4
2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	6
2.3 Deskripsi Lebah Madu <i>Trigona Sp.</i> .....	9
2.4 Teknik Panen Lebah Madu <i>Trigona Sp.</i> .....	11
2.5 Strategi Pemasaran .....	11
2.6 Konsep Biaya .....	14
2.6.1 Biaya Total .....	14
2.6.2 Biaya Marginal ( <i>Marginal Cost</i> ) .....	14
2.7 Konsep Penerimaan .....	15
2.7.1 Penerimaan .....	15
2.7.2 Penerimaan Bersih .....	16

2.7.3 Penerimaan Marginal ( <i>Marginal Revenue</i> ).....	16
III. METODE PENELITIAN .....	18
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	18
3.2 Alat dan Bahan.....	18
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	19
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	19
3.5 Analisis Data.....	20
3.5.1 Biaya Total.....	20
3.5.2 Biaya Marginal ( <i>Marginal Revenue</i> ) .....	20
3.5.3 Penerimaan .....	20
3.5.4 Penerimaan Bersih.....	21
3.5.5 Penerimaan Marginal ( <i>Marginal Reveue</i> ).....	21
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	22
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	22
4.2 Deskripsi Pengelolaan Usaha.....	22
4.2.1 Teknis Budidaya Lebah <i>Trigona</i> Sp. ....	22
4.2.1 Teknik Pemanenan Lebah <i>Trigona</i> Sp.....	29
4.3 Adaptasi Manajemen Madu Trigona Queeny.....	31
4.4 Analisis Resiliensi Madu Trigona Queeny .....	36
4.4.1 Biaya Tetap .....	36
4.4.2 Biaya Variabel.....	37
4.4.3 Biaya Total.....	40
4.4.4 Penerimaan .....	40
4.4.5 Penerimaan Bersih.....	42
4.4.6 Biaya Marginal ( <i>Marginal Cost</i> ).....	43
4.4.7 Penerimaan Marginal ( <i>Marginal Revenue</i> ).....	44
4.4.8 Kurva Hubungan TC dan TR .....	45
4.4.9 Kurva Hubungan MC dan MR .....	46

V. KESIMPULAN DAN SARAN .....	48
5.1 Kesimpulan .....	48
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA .....	50
LAMPIRAN .....	53

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Gambar 1.	Peta Lokasi Desa To'pongo .....	18
Gambar 2.	Sumber Pakan Lebah <i>Trigona</i> Sp.....	24
Gambar 3.	Media Sarang Lebah di UMKM Madu Trigona Queeny .....	26
Gambar 4.	Inovasi Kemasan Madu Trigona Queeny .....	32
Gambar 5.	Saluran Pemasaran Tingkat Nol .....	33
Gambar 6.	Saluran Pemasaran Tingkat I.....	34
Gambar 7.	Saluran Pemasaran Tingkat II .....	35
Gambar 8.	Kurva Hubungan TC dan TR .....	45
Gambar 9.	Kurva Hubungan MC dan MR .....	46
Gambar 10.	Lahan Peternakan Lebah <i>Trigona</i> Sp. di Desa To'pongo .....	69
Gambar 11.	Lebah <i>Trigona</i> Sp. ....	70
Gambar 12.	Stup Koloni Siap Panen .....	70
Gambar 13.	Proses Wawancara dengan Pemilik Usaha .....	70
Gambar 14.	Penyerahan Plakat Kenang-kenangan.....	70
Gambar 15.	Proses Pemanenan Lebah Madu <i>Trigona</i> Sp.....	71
Gambar 16.	Proses Pengemasan Madu Trigona Queeny .....	71
Gambar 17.	Produk Madu Trigona Queeny .....	71

## DAFTAR TABEL

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
	Tabel 1. Perbedaan UU UMKM dan PP UMKM.....	7
	Tabel 2. Biaya Tetap Peralatan Madu Trigona Queeny.....	36
	Tabel 3. Biaya Variabel Madu Trigona Queeny.....	37
	Tabel 4. Biaya Total Madu Trigona Queeny.....	40
	Tabel 5. Analisis Penerimaan Madu Trigona Queeny .....	41
	Tabel 6. Analisis Penerimaan Bersih Madu Trigona Queeny .....	42
	Tabel 7. Analisis Biaya Marginal Madu Trigona Queeny .....	43
	Tabel 8. Analisis Penerimaan Marginal Madu Trigona Queeny .....	44

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Lampiran 1.	Panduan Wawancara .....	54
Lampiran 2.	Agen Madu Trigona Queeny .....	56
Lampiran 3.	Data Penjualan Madu Trigona Queeny Sebelum Pandemi COVID-19 Melalui Konsumen Langsung .....	57
Lampiran 4.	Data Penjualan Madu Trigona Queeny Saat Pandemi COVID-19 Melalui Konsumen Langsung .....	58
Lampiran 5.	Data Penjualan Madu Trigona Queeny Sebelum dan Saat Pandemi COVID-19 Melalui Agen .....	59
Lampiran 6.	Biaya Tetap Madu Trigona Queeny.....	60
Lampiran 7.	Biaya Variabel Madu Trigona Queeny tahun 2018 .....	61
Lampiran 8.	Biaya Variabel Madu Trigona Queeny tahun 2019 .....	61
Lampiran 9.	Biaya Variabel Madu Trigona Queeny tahun 2020 .....	62
Lampiran 10.	Biaya Variabel Madu Trigona Queeny tahun 2021 .....	62
Lampiran 11.	Penerimaan Madu Trigona Queeny tahun 2018 .....	63
Lampiran 12.	Penerimaan Madu Trigona Queeny tahun 2019 .....	63
Lampiran 13.	Penerimaan Madu Trigona Queeny tahun 2020 .....	64
Lampiran 14.	Penerimaan Madu Trigona Queeny tahun 2021 .....	65
Lampiran 15.	Perhitungan Biaya Marginal Madu Trigona Queeny .....	67
Lampiran 16.	Perhitungan Penerimaan Marginal Madu Trigona Queeny .....	68
Lampiran 17.	Dokumentasi Penelitian.....	69

# I. PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu hal yang paling penting bagi sebuah negara, karena pertumbuhan ekonomi dijadikan sebagai dasar untuk melihat kesejahteraan masyarakat yang ada di negara tersebut. Pertumbuhan ekonomi membantu negara dalam meningkatkan perekonomian rakyat, mengurangi kemiskinan, dan meningkatkan pertumbuhan nasional. Selain itu, satu hal yang menjadi fokus pemerintah adalah mengurangi pengangguran. Untuk mengatasi hal tersebut, salah satu cara yang dapat diterapkan pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi adalah dengan meningkatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi. Pemberdayaan UMKM sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian ke depan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Namun saat ini resiliensi UMKM kembali diuji dengan adanya krisis global yang diakibatkan oleh pandemi COVID-19, setelah Indonesia juga pernah diuji krisis moneter di tahun 1997. Pada awal Januari 2020, COVID-19 sudah menjalar masuk ke negara Indonesia. Hal ini dipertegas oleh Pakar Epidemiologi Universitas Indonesia (UI), Pandu Riono, bahwa pada tanggal 2 Maret 2020 untuk pertama kalinya pemerintah mengumumkan dua kasus pasien positif COVID-19 di Indonesia. Hal ini diperkuat oleh WHO (*World Health Organization*), bahwa data per tanggal 2 Maret 2020 jumlah penderita sebanyak 90.308 orang terinfeksi COVID-19 (WHO, 2020), (Yuliana, 2020).

Hal tersebut membuat pemerintah Indonesia mengeluarkan kebijakan untuk melakukan *social distancing*, aturan *Work From Home* (WFH) bagi para pekerja, kemudian disusul oleh Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) untuk mengurangi bahkan memutus mata rantai infeksi penyebaran COVID-19. Adanya kebijakan ini sangat berdampak kepada keberlangsungan UMKM. Hampir

seluruh UMKM mengalami kerugian, kesulitan menjalankan kegiatan operasionalnya, bahkan harus menutup usahanya karena produknya tidak dapat diserap oleh pasar.

Namun, hal ini berbeda dengan salah satu UMKM di Kabupaten Luwu yang justru membawa angin segar bagi usahanya. Usaha Madu Trigona Queeny yang dijalankan dari tahun 2015 memberi omset yang sangat besar terhadap pelaku bisnis ini ditengah pandemi COVID-19 bahkan *brand*-nya semakin dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya permintaan konsumen terhadap Madu Trigona Queeny, karena banyak masyarakat yang memilih madu ini sebagai konsumsi rutin untuk tetap menjaga imunitas tubuh dari bahaya infeksi COVID-19. Tingginya permintaan konsumen juga membuat pengusaha madu trigona ini meningkatkan pelestarian lebah trigona (*Trigona Sp.*) dengan cara melakukan pecah koloni sehingga stup-stup semakin diperbanyak, serta penanaman pakan lebah lebih banyak agar ketersediaan stok madu tetap stabil. Selain itu, berbagai macam strategi dikembangkan untuk tetap mempertahankan bisnis ini, diantaranya dengan mengoptimalkan sistem penjualan berbasis *online* yang memanfaatkan berbagai macam *platform marketplace* dan sosial media untuk memasarkan produknya. Selain itu, peran pemerintah juga sangat penting untuk membantu UMKM agar kuat menghadapi krisis pandemi COVID-19. Kebijakan moneter seperti relaksasi pinjaman, penundaan angsuran dan bunga pinjaman juga bantuan sosial diperlukan agar para pelaku UMKM bisa sedikit bernafas diantara himpitan krisis pandemi COVID-19.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menjadi penting dilakukan untuk melihat resiliensi salah satu pemilik UMKM di Kabupaten Luwu yang mampu mengatasi masalah dan menyelamatkan usahanya dari kebangkrutan. Hal ini berkaitan dengan adanya perubahan terutama pendapatan, teknik pemasaran, distribusi dan adaptasi yang dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen sehingga mampu menghadapi krisis. Dengan demikian penelitian ini akan mengkaji lebih dalam mengenai bagaimana usaha kehutanan khususnya produk Madu Trigona Queeny resilien terhadap krisis pandemi COVID-19.



## 1.2 Tujuan dan Kegunaan

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mendeskripsikan bentuk pengelolaan UMKM Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu terhadap krisis pandemi COVID-19
- b. Mendeskripsikan langkah-langkah adaptasi manajemen UMKM Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu terhadap krisis pandemi COVID-19
- c. Menganalisis resiliensi UMKM Madu Trigona Queeny di Desa To'pongo, Kecamatan Lamasi, Kabupaten Luwu terhadap krisis pandemi COVID-19

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah dapat dijadikan sebagai inovasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya produk Lebah Madu Trigona (*Trigona* Sp.) terhadap perubahan dan ketidakpastian yang terjadi serta memberikan pertimbangan kepada pemerintah daerah Kabupaten Luwu dalam menentukan kebijakan-kebijakan terutama yang berkaitan dengan sektor UMKM.

## II. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Definisi Resiliensi

Resiliensi didefinisikan sebagai kapasitas untuk memikul berbagai hal mencakup fleksibilitas, penyesuaian, kemampuan adaptasi, dan responsif secara terus menerus terhadap perubahan dan ketidakpastian yang dapat menjadi sumber ketegangan psikologis dan memberi tantangan pada seseorang dalam waktu lama (Luthans, 2006). Resiliensi lahir dari kemampuan untuk melakukan improvisasi, yang sebagai gilirannya akan ditunjang oleh suatu pengertian bahwa semua masalah itu akan bisa diatasi (Triatmanto dkk, 2010).

Resiliensi merupakan respon yang luar biasa dan positif terhadap tantangan, daripada sekadar "melewati" waktu yang sulit, respons resiliensi adalah respons yang beradaptasi dengan baik terhadap tantangan yang berfungsi dalam satu atau lebih domain lebih baik setelah beradaptasi daripada sebelum tantangan terjadi (Hochhalter dkk, 2011).

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa resiliensi adalah kapasitas individu untuk dapat menghadapi dan beradaptasi secara positif pada kondisi-kondisi yang tidak menyenangkan. Resiliensi merupakan salah satu karakter yang diperlukan oleh wirausahawan. Pengusaha yang tangguh akan beradaptasi dengan baik terhadap perubahan yang ada dan mengambil pelajaran kesuksesan di masa lalu untuk menghadapi tantangan.

Reivech dan Shatte (2002) menyebutkan bahwa resiliensi dibentuk dari beberapa aspek yang bermacam-macam dan hampir tidak ada satupun individu yang secara keseluruhan memiliki kemampuan tersebut dengan baik. Aspek-aspek tersebut terdiri dari:

#### a. Kesadaran Emosional dan Regulasi Diri

Seseorang yang memiliki resiliensi mengalami berbagai emosi dari kebahagiaan, ketakutan, kemarahan dan kesedihan. Individu yang memiliki resiliensi akan mendapatkan pemahaman yang baik tentang emosinya dan merasa nyaman berbicara tentang apa yang dirasakan dengan orang yang dipercaya dan dihormati. Ketika melewati masa-masa sulit, orang-orang yang telah merasakan

berbagai emosi akan mampu memberi respons pada emosi tersebut dan mampu mengelola keadaan yang lebih sulit, sehingga hal tersebut membuat individu menyadari kenyataan adanya tantangan dalam hidup.

#### b. Kontrol Impuls

Kontrol impuls melibatkan kemampuan untuk mengendalikan tindakan, perilaku dan emosi secara realistis selama keadaan yang sulit. Individu yang memiliki kemampuan resiliensi yang baik dapat menyadari kondisi ketidakpastian yang dihadapinya tersebut, dengan mengurangi resiko membuat keputusan impulsif atau keputusan yang tidak membantu. Setiap orang memiliki dorongan untuk melakukan dan mengatakan hal-hal yang tidak sesuai dengan keinginan yang diinginkan, hal ini cukup normal karena resiliensi bukan tentang mengabaikan impuls tapi mengharuskan untuk berpikir sebelum melakukan tindakan impulsif.

#### c. Optimisme Realistis

Optimisme yang realistis adalah unsur kunci yang lain dari resiliensi. Penelitian tentang optimisme menyatakan bahwa individu yang optimis lebih bahagia, lebih sehat, dan lebih produktif. Individu yang memiliki hubungan baik, lebih berhasil serta dapat menjadi pemecah masalah yang baik. Hal ini terjadi karena individu yang optimis lebih fokus pada beberapa elemen positif dari suatu kesulitan yang mampu mengelola bagian negatif dari kesulitan tersebut menjadi keyakinan untuk mampu melewati kesulitan yang ada.

#### d. Berpikir Fleksibel terhadap Pemecahan Masalah

Resiliensi merupakan kemampuan untuk dapat berpikir secara fleksibel, yang memungkinkan melihat masalah dari banyak perspektif yang berbeda. Hal ini memungkinkan untuk memikirkan banyak solusi yang berbeda untuk sebuah masalah sehingga jika solusi pertama gagal, seseorang akan mempersiapkan solusi kedua yang telah direncanakan.

#### e. Efikasi Diri (*Self Efficacy*)

Menurut Aziz dan Noviekayati (2016), efikasi diri dapat disimpulkan sebagai keyakinan khusus yang berkenaan dengan pelaksanaan suatu tugas dan melibatkan kepercayaan seseorang bahwa individu mampu untuk melakukan suatu tindakan tertentu pada situasi tertentu. Keyakinan individu tentang efikasi diri

tersebut berpengaruh terhadap hampir semua yang dilakukan seperti bagaimana mereka berpikir dan memotivasi dirinya sendiri.

#### f. Pencapaian (*Reaching Out*)

Pencapaian (*Reaching out*) adalah bagian dari kemampuan dalam resiliensi, dimana individu dapat membantu orang lain dan meminta dukungan orang lain bila diperlukan. Hal ini termasuk kemampuan dalam mendelegasikan suatu pekerjaan dan wewenang, serta mengambil resiko yang telah diperhitungkan. *Reaching out* juga melibatkan stimulasi keingintahuan secara keseluruhan tentang banyak hal dalam kehidupan sekitar individu. Jika individu memiliki rasa ingin tahu dengan berbagai bidang kehidupan dan kondisi yang dialami di sekitarnya, tentu akan membantu memperdalam hubungannya dan memberikan kepercayaan terhadap orang-orang di sekitarnya. Individu akan lebih cenderung menghadapi tantangan baru dengan belajar dari pengalaman yang melibatkan kemampuan untuk memahami dan mempelajari kondisi di sekitarnya.

## 2.2 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

UMKM sangat penting dalam perkembangan pembangunan ekonomi di Indonesia. Dengan kata lain, faktor stabilisator dan dinamisator perekonomian Indonesia melekat erat pada diri UMKM. Menurut Tambunan (2012), Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau Badan Usaha disemua sektor ekonomi.

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) telah diterbitkan oleh pemerintah bersama 48 peraturan pelaksana lainnya dari Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja (UU Cipta Kerja). PP UMKM tersebut mengubah beberapa ketentuan yang sebelumnya telah diatur di dalam Undang-Undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM). Salah satunya adalah aturan terkait kriteria UMKM itu sendiri.

Kriteria UMKM yang baru diatur dalam Pasal 35 hingga Pasal 36 PP UMKM. Berdasarkan hal tersebut, UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria

modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Kriteria modal usaha digunakan untuk pendirian atau pendaftaran kegiatan UMKM yang didirikan setelah PP UMKM berlaku. Kriteria modal tersebut terdiri atas:

- a. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
- b. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp. 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)
- c. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan yang paling banyak Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Nilai nominal kriteria diatas dapat diubah sesuai dengan perkembangan perekonomian. Selain kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan, kementerian/lembaga negara dapat menggunakan kriteria lain seperti omset, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, serta penerapan teknologi ramah lingkungan sesuai dengan kriteria setiap sektor usaha untuk kepentingan tertentu (Pasal 36 PP UMKM).

Kriteria UMKM dalam Pasal 6 UU UMKM diatur berbeda secara signifikan dalam PP UMKM. Sebagai perbandingan, berikut ini ada beberapa perbedaannya:

Tabel 1. Perbedaan UU UMKM dan PP UMKM

<b>INDIKATOR</b>	<b>UU UMKM</b>	<b>PP UMKM</b>
Pengelompokan UMKM	UMKM dikelompokkan berdasarkan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Kekayaan bersih adalah jumlah aset setelah dikurangi dengan hutang atau kewajiban.	UMKM dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Modal usaha merupakan modal sendiri dan modal pinjaman untuk menjalankan kegiatan usaha.

Kekayaan Bersih atau Modal Usaha	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: Paling banyak Rp. 50.000.000</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 50.000.000-Rp. 500.000.000</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 50.000.000-Rp. 10.000.000.000</li> </ol> <p>Diluar tanah dan bangunan tempat usaha</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 1.000.000.000</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 1.000.000.000-Rp. 5.000.000.000</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 5.000.000.000-Rp. 10.000.000.000</li> </ol> <p>Diluar tanah dan bangunan tempat usaha</p>
Hasil Penjualan Tahunan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 300.000.000</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 300.000.000-Rp. 2.500.000.000.000</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 2.500.000.000.000-Rp. 50.000.000.000</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usaha Mikro: paling banyak Rp. 2.000.000.000</li> <li>2. Usaha Kecil: lebih dari Rp. 2.000.000.000-Rp. 15.000.000.000</li> <li>3. Usaha Menengah: lebih dari Rp. 15.000.000.000-Rp. 50.000.000.000</li> </ol>

*Sumber: UU No. 20 Tahun 2008, UU No. 11 Tahun 2020, PP. No. 7 Tahun 2021*

Tambunan (2012), mengemukakan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat strategis apalagi jika dilihat dari sudut pandang kesempatan pekerjaan, pengangguran, sumber pendapatan dan pengentasan kemiskinan. Jika dirumuskan secara lebih terinci, terdapat tiga kontribusi UMKM terhadap perkembangan perekonomian di Indonesia, yaitu: 1) Sebagai faktor pemerata tingkat perekonomian terutama perekonomian bagi rakyat kecil karena hampir di seluruh

pelosok tanah air terdapat UMKM terutama usaha mikro; 2) Sebagai faktor pengentas kemiskinan dan pengangguran karena mampu memberi kesempatan kerja dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar; 3) Sebagai faktor penyumbang devisa negara karena mampu bersaing di perekonomian global terutama ekspor.

### **2.3 Deskripsi Lebah Madu *Trigona Sp.***

Indonesia memiliki potensi sumberdaya alam yang sangat tinggi dan berlimpah. Kekayaan yang terkandung didalamnya sangat beraneka ragam terutama dari hasil hutan, baik berupa Hasil Hutan Kayu (HHK) maupun Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK). Kekayaan sumberdaya hutan mempunyai nilai ekonomi tinggi yang dapat menunjang kesejahteraan masyarakat. Potensi yang sangat besar dalam pengembangan HHBK salah satunya adalah pengembangan perlebahan dengan berbagai jenis lebah yang beraneka ragam.

Lebah *Trigona Sp.* merupakan jenis lebah yang berwarna hitam dan berukuran kecil, dengan panjang tubuh antara 3-4 mm, serta rentang sayap 8 mm. Lebah pekerja memiliki kepala besar dan rahang panjang, sedangkan lebah ratu berukuran 3-4 kali ukuran lebah pekerja, perut besar mirip laron, berwarna kecoklatan dan mempunyai sayap pendek. Lebah jenis ini tidak mempunyai sengat (*stingless bee*). Sihombing (2005), menjelaskan bahwa lebah *Trigona Sp.* memiliki bentuk badan yang beruas-ruas (bersegmen) dan tiap ruas saling berhubungan serta seluruh tubuhnya ditumbuhi rambut. Berdasarkan posisi letaknya, segmen terdiri atas kepala (*caput*), dada (*thorax*), dan perut (*abdomen*).

Menurut Sarwono (2007), kepala lebah berbentuk segitiga, alat penglihatannya berupa mata tunggal dan mata majemuk. Mata tunggal berjumlah tiga buah, terletak di bagian atas kepala dan dipakai untuk melihat benda-benda yang berada dalam jarak dekat sekitar 1-2 cm. Mata majemuk terletak di kedua sisi kepala, dipakai untuk melihat benda-benda dalam jarak jauh sampai 140 meter. Mata majemuk jantan lebih besar bentuknya dan mempunyai penglihatan yang lebih sempurna dibandingkan lebah pekerja. Namun mata majemuk yang paling kecil dimiliki lebah ratu. Selanjutnya menurut Sumoprastowo dan Suprpto (1993),

lebah memiliki antena yang berpangkal pada bagian tengah kepala. Ujung antena terdiri atas ruas-ruas yang mudah digerakkan. Antena lebah pekerja terdiri dari sebelas ruas dan lebah jantan terdiri dari dua belas ruas. Antena ini merupakan alat raba dan perasa terhadap rangsangan *feromon*. Alat penciuman lebah terletak di ujung dan terbatas pada ruas kedelapan yang sangat berguna bagi pertahanan koloni. Mulut lebah memiliki rahang yang kuat. Didalam mulut terdapat lidah berbentuk saluran yang penuh dengan bulu lembut yang dipakai untuk menghisap madu yang terdapat didalam bunga.

Sarwono (2007), mengemukakan klasifikasi lebah *Trigona* Sp. adalah sebagai berikut:

Kingdom : *Animalia*  
Phylum : *Arthropoda*  
Sub Phylum : *Mandibulata*  
Kelas : *Insecta*  
Sub Kelas : *Pterygota*  
Ordo : *Hymenoptera*  
Sub Ordo : *Clistograsta*  
Famili : *Apoidea*  
Sub Famili : *Meliponidae*  
Genus : *Trigona*  
Spesies : *Trigona* Sp.

Pembudidayaan lebah madu jika dikelola secara intensif dan modern akan memberikan manfaat langsung maupun tidak langsung. Manfaat langsung yang dapat diperoleh yaitu dihasilkannya berbagai produk lebah madu seperti madu, *royal jelly*, propolis, tepung sari, lilin, perekat dan racun lebah. Manfaat tidak langsung yang dapat diperoleh dari budidaya lebah madu yaitu berkaitan dengan proses pelestarian sumberdaya hutan, peningkatan produktivitas tanaman dan adanya hubungan simbiosis yang saling menguntungkan (Melissa, 2008).



## **2.4 Teknik Panen Lebah Madu *Trigona Sp.***

Lebah trigona menyimpan madunya di dalam propolis yang berbentuk bulat memanjang, dengan volume 5-10 ml. Proses pemanenan madu dapat dilakukan ketika propolis sudah tertutup rapat. Teknik panen dalam pemeliharaan lebah disamping mempunyai tujuan pengembangan juga tujuan produksi. Tujuan pemanenan produksi madu dapat diperoleh dengan melakukan teknik panen tradisional. Menurut Pusat Perlebahan APIARI Pramuka (2003), pemanenan produk lebah *Trigona Sp.* dilakukan dengan cara tradisional yaitu menggunakan pisau kikis. Sarangnya dikikis menggunakan pisau secara hati-hati, tanpa mengganggu telur dan ratu lebah madu trigona. Setelah dipanen, diletakkan di mangkuk kemudian dilakukan penirisan. Teknik penirisan madu dilakukan agar madu tetap steril dengan tidak terlalu banyak kontak dengan tangan.

Kwpong, Kwame, dkk. (2010) menyebutkan bahwa hasil tirsan madu langsung dimasukkan ke dalam botol lalu ditutup. Pemanenan bisa dilakukan 3-4 kali dalam setahun untuk setiap stup. Perawatan pasca panen dapat dilakukan dengan memastikan sarang tertutup dengan rapat serta memastikan ketersediaan sumber pakan dan sisa madu di dalam sarang. Oleh karena itu, sangat dianjurkan untuk memanen 70% madu disetiap sarang. Pada musim penghujan tidak dianjurkan untuk memanen madu terlalu banyak.

## **2.5 Strategi Pemasaran**

Strategi didefinisikan secara khusus sebagai tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan (Umar, 2001).

Menurut Kotler (2008), pemasaran adalah proses dimana perusahaan melibatkan pelanggan, membangun hubungan baik dengan pelanggan, dan menciptakan nilai untuk pelanggan, sehingga dapat mendapatkan nilai/umpan balik yang baik dari pelanggan dalam rangka untuk meningkatkan profit atau ekuitas pelanggan.

Jadi strategi pemasaran secara umum menurut Chandra (2002), adalah rencana yang menjabarkan ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya di pasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk, diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.

Tujuan dari pemasaran yaitu menyatukan produsen dan konsumen dalam mendapatkan produk yang berasal dari proses produksi. Sebagian aktivitas pemasaran dapat membantu produsen dalam memahami kebutuhan maupun keinginan konsumen (Rusdi, 2019). Pada aktivitas pemasaran terdapat dua jenis tujuan yaitu tujuan jangka pendek dan tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek dilakukan untuk merebut hati konsumen melalui produk yang baru dikeluarkan. Sedangkan tujuan jangka panjang dilakukan untuk mempertahankan produk lama dengan cara mengembangkan menjadi produk yang lebih baik (Asmarantaka dkk, 2017).

Salah satu unsur dari pemasaran adalah *marketing mix* yang menjadi variabel pemasaran dalam rangka memenuhi target penjualan. Menurut Kotler dan Armstrong (2004), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “4P”, yaitu:

#### 1. Produk (*Product*)

Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Elemen-elemen yang termasuk dalam bauran produk antara lain ragam produk, kualitas, desain, fitur, nama merek, kemasan serta layanan.

#### 2. Harga (*Price*)

Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk. Harga adalah satu-satunya unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya. Harga adalah unsur bauran pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan

membutuhkan waktu yang relatif singkat, sedangkan ciri-ciri produk, saluran distribusi, bahkan promosi membutuhkan lebih banyak waktu.

### 3. Tempat (*Place*)

Tempat atau saluran pemasaran meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran. Saluran pemasaran juga menjadi alat berguna untuk manajemen, dan menciptakan strategi pemasaran yang efektif dan terencana dengan baik. Saluran pemasaran adalah rangkaian organisasi yang saling tergantung yang terlibat dalam proses untuk menjadikan suatu produk atau jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Banyak produsen yang mampu menghasilkan suatu produk sendiri namun tidak banyak dari mereka yang melakukan penjualan langsung ke konsumen akhir, pertimbangan biaya biasanya menjadi faktor atau alasan terkuat mengapa para produsen tidak langsung menjual produknya langsung ke konsumen akhir. Diantara produsen dan konsumen ada perantara yang menyalurkan produk diantara mereka, perantara ini sering disebut saluran pemasaran. Selanjutnya, saluran pemasaran dibagi menjadi 4 (tingkat) dalam suatu pemasaran, diantaranya:

- a. Saluran Tingkat Nol, yaitu produsen yang menjual produknya langsung ke konsumen akhir tanpa perantara
- b. Saluran Tingkat Satu, yaitu produsen yang menjual produknya dengan satu perantara, yaitu produsen-pengecer-konsumen akhir
- c. Saluran Tingkat Dua, yaitu produsen yang menjual produknya melalui dua perantara, yaitu produsen-pedagang besar-pengecer-konsumen akhir
- d. Saluran Tingkat Tiga, yaitu produsen yang menjual produknya melalui tiga perantara, yaitu produsen-pedagang besar-agen-pengecer-konsumen akhir.

### 4. Promosi (*Promotion*)

Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan produk dan membujuk pelanggan untuk membelinya. Menurut Kotler (2005), promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk mengomunikasikan manfaat dari produknya, membujuk serta mengingatkan para konsumen sasaran agar membeli produk tersebut.

## 2.6 Konsep Biaya

### 2.6.1 Biaya Total

Biaya adalah dana yang dikeluarkan dalam mengorganisir dan menyelesaikan proses produksi. Menurut Ginting dan Sagala (2019), biaya adalah kas atau setara kas yang dikorbankan untuk kegiatan produksi maupun usaha untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang diharapkan akan menghasilkan manfaat atau keuntungan di masa mendatang.

Biaya tetap adalah biaya yang tidak berubah sejalan dengan produksi atau penerimaan penjualan sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah berdasarkan dengan produksi (Damayanti dan Christiono, 2014). Untuk menghitung jumlah total biaya produksi madu trigona, maka digunakan analisis dengan rumus sebagai berikut (Yusdi, dkk 2019):

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC = Biaya Total/*total cost* (Rp/tahun)

TFC = Total Biaya Tetap/*total fixed cost* (Rp/tahun)

TVC = Total Biaya Variabel/*total variable cost* (Rp/tahun)

### 2.6.2 Biaya Marginal (*Marginal Cost*)

Setiap perusahaan dipastikan pernah melakukan perhitungan biaya marginal. Secara definisi, biaya marginal (*marginal cost*) merupakan penurunan atau peningkatan dari total biaya suatu perusahaan. Biasanya, hal semacam ini terjadi karena adanya penambahan ataupun pengurangan satu unit produk tambahan. Misalnya, *marginal cost* ini bisa mengalami penurunan jika volume produksi meningkat. Pemicunya sejalan dengan skala ekonomi, yaitu ketika biaya tenaga kerja bisa ditekan, potongan harga material, atau efisiensi penggunaan mesin pabrik. Selain itu, *marginal cost* ini sangat erat kaitannya dengan *marginal revenue* sehingga perusahaan harus benar-benar tahu berapa *marginal cost* yang harus dikeluarkan dalam suatu siklus produksi. *Marginal cost* ini juga berhubungan

dengan perhitungan *marginal revenue* yang artinya, seluruh total penjualan bisa saja berubah jika ada perubahan dalam jumlah produk yang laku di pasaran.

Secara ekonomi, *marginal revenue* harus sama nilainya dengan *marginal cost* demi mendapatkan laba yang maksimal sesuai harapan. Biaya marginal (*marginal cost*) sama halnya dengan *incremental cost*, yakni tambahan biaya ketika ada dua volume *output* atau dua alternatif yang bersifat diskret. *Marginal cost* ini hanya bisa muncul saat ada ekspansi produksi yang dilakukan pihak perusahaan. Tujuannya untuk menambah jumlah produk yang bisa dipasarkan secara luas kepada masyarakat. Secara matematis, biaya marginal dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MC = \frac{TC}{Q}$$

Keterangan:

MC = Biaya Marginal/*Marginal Cost* (Rp/liter)

TC = Total Biaya/*Total Cost* (Rp/tahun)

Q = Jumlah Unit Barang/*Quantity* (Liter)

## 2.7 Konsep Penerimaan

### 2.7.1 Penerimaan

Penerimaan adalah jumlah total produksi dikalikan dengan harga jual satuan produksi. Terdapat dua keterangan pokok untuk menghitung pendapatan suatu usaha, yakni keadaan pengeluaran selama usaha dijalankan dalam waktu yang ditetapkan dan keseluruhan penerimaan (Suratiyah, 2015). Penerimaan merupakan hasil yang diperoleh oleh petani selama melakukan kegiatan usaha tani, total penerimaan didapatkan dari hasil produksi selama satu tahun dikali dengan harga komoditi yang diproduksi. Untuk menghitung penerimaan yang diperoleh dari hasil produksi madu trigona, maka digunakan rumus analisis penerimaan sebagai berikut (Yusdi, dkk 2019):

$$TR = Q \times P$$

Keterangan:

TR = Total Penerimaan/*Total Revenue* (Rp/tahun)

Q = Total Produksi/*Quantity* (Liter)

P = Harga Jual Produk/*Price* (Rp/tahun)

### 2.7.2 Penerimaan Bersih

Penerimaan bersih atau pendapatan merupakan salah satu unsur yang paling utama dari pembentukan laporan laba rugi dalam suatu perusahaan. Penerimaan bersih adalah selisih antara penerimaan dengan biaya total yang dikeluarkan (Cerlina, 2021). Pendapat lain yang dikemukakan oleh Mubyarto (2004), bahwa penerimaan bersih merupakan hasil pengurangan antara hasil penjualan dengan semua biaya yang dikeluarkan mulai dari produksi sampai produk tersebut berada ditangan konsumen. Untuk menganalisis penerimaan bersih suatu usaha tani, prinsip yang harus digunakan yaitu dengan melihat penerimaan dan pengeluaran pada usaha yang akan dihitung pendapatan keseluruhannya (Umaruddin, dkk 2018).

$$I = TR - TC$$

Keterangan:

I = Penerimaan Bersih/*Income* (Rp/tahun)

TR = Total Penerimaan/*Total Revenue* (Rp/tahun)

TC = Biaya Total/*Total Cost* (Rp/tahun)

### 2.7.3 Penerimaan Marginal (*Marginal Revenue*)

Penerimaan marginal (*marginal revenue*) adalah kenaikan atau penurunan penerimaan yang disebabkan tambahan atau pengurangan jumlah produk yang dijual. Secara matematis, penerimaan marginal dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$MR = \frac{TR}{Q}$$

Keterangan:

MC = Penerimaan Marginal/*Marginal Revenue* (Rp/liter)

TR = Total Penerimaan/*Total Revenue* (Rp/tahun)

Q = Jumlah Unit Barang/*Quantity* (Liter)