

ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN LEBAH MADU
(*Apis mellifera*)
(STUDI KASUS : DESA SILO BARU, KECAMATAN SILAU LAUT,
KABUPATEN ASAHAN, PROVINSI SUMATERA UTARA)

SKRIPSI

Oleh :

IRPANDI PANJAITAN
NPM : 1204300064
Program Studi : AGRIBISNIS



FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
M E D A N
2017

ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN LEBAH MADU
(*Apis mellifera*)
(STUDI KASUS : DESA SILO BARU, KECAMATAN SILAU LAUT,
KABUPATEN ASAHAN, PROVINSI SUMATERA UTARA)

SKRIPSI

Oleh :

IRPANDI PANJAITAN
NPM : 1204300064
Program Studi : AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi S1 pada Fakultas
Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing :

Sasmita Siregar, S.P., M.Si
Ketua Pembimbing

Mailina Harahap, S.P., M.Si
Anggota Pembimbing

Disahkan Oleh :
Dekan

Ir. Alridiwirah, M.M

Tanggal lulus : 26 April 2017

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Irpandi Panjaitan

NPM : 1204300064

Judul Skripsi : “ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN LEBAH MADU (*Apis mellifera*) (STUDI KASUS : DESA SILO BARU, KECAMATAN SILAU LAUT, KABUPATEN ASAHAN, PROVINSI SUMATERA UTARA)”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, baik untuk naskah laporan maupun kegiatan programing yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya penjiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh. Dengan demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun

Medan, 26 April 2017

IRPANDI PANJAITAN

RINGKASAN

IRPANDI PANJAITAN (1204300064) Dengan Judul Penelitian **Analisis Usaha Dan Pemasaran Lebah Madu (*Apis Mellifera*) (Studi Kasus : Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara)** Penelitian ini di Bimbing oleh Ibu Sasmita Siregar, S.P., M.Si sebagai ketua komisi pembimbing dan Ibu Mailina Harahap, S.P., M.Si sebagai anggota komisi pembimbing.

Tujuan Penelitian ini adalah Untuk menganalisis kelayakan usaha ternak Lebah Madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian. Untuk menganalisis sistem pemasaran usaha ternak Lebah Madu (*Apis mellifera*) di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan. Untuk menganalisis *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran produk Lebah Madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian. Metode penentuan daerah penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*), dan metode penentuan pengambilan sampel secara teknik *sampling jenuh*, untuk Metode analisis data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang pertama adalah analisis deskriptif.

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut Analisis kelayakan dengan menggunakan metode R/C Ratio diperoleh nilai sebesar 2,76. Nilai R/C yang bernilai > 1 menyatakan bahwa kegiatan usaha ternak lebah madu di daerah penelitian layak untuk dijalankan.

Untuk analisis kelayakan dengan metode B/C Ratio diperoleh nilai sebesar 1,76. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0 sehingga dapat dikatakan kegiatan usaha ternak lebah madu yang dilakukan peternak memiliki manfaat yang sangat baik dalam peningkatan pendapatan peternak dalam mencukupi kebutuhan keluarga. Sistem pemasaran produk madu di Desa Silo Baru yang menggunakan jasa lembaga pemasaran berupa pedagang pengecer. Hal ini memberikan kesempatan bahwa jika semakin pendek rantai pemasaran produk yang dipakai peternak dalam memasarkan produknya maka semakin besar kemungkinan peningkatan pendapatan yang diterima oleh peternak lebah madu di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut. Dari hasil analisis perbandingan harga jual peternak dengan harga beli yang diterima konsumen akhir, diperoleh nilai *Share Margin* sebesar 80% dan nilai efisiensi pemasaran diperoleh 13,28%, artinya penggunaan lembaga pemasaran yang terjadi termasuk dalam kategori efisien, karena rantai pemasaran yang ada masih antara peternak, pedagang pengecer, dan konsumen akhir.

RIWAYAT HIDUP

Irpandi Panjaitan lahir di Silo Bonto pada tanggal 23 November 1993. Anak ke dua dari tiga bersaudara, Putra dari Ayahanda Effendi Panjaitan dan Ibunda Murni.

Pendidikan formal yang pernah ditempuh penulis adalah sebagai berikut :

1. Tahun 1998 Masuk Sekolah Dasar (SD) Madrasah Ibtidaiyah Islam (MPI) Silo Bonto
2. Pada Tahun 2014 Masuk Sekolah Lanjutan Tingkat Pertama (SMP) DI Madrasah Tsanawiyah Pendidikan Islam (MPI) Silo Bonto
3. Pada Tahun 2007 Masuk Sekolah Menengah Atas (SMA) Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Tebing Tinggi.
4. Pada tahun 2012 diterima menjadi Mahasiswa Di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Program Studi Agribisnis.
5. Pada Bulan Januari – Februari tahun 2015 Melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) Di PT.Nusantara III Persero Kebun Sei Dadap.
6. Pada Bulan Februari tahun 2017 melaksanakan Penelitian Skripsi dengan Judul Skripsi” Analisis Usaha Dan Pemasaran Lebah Madu (*Apis Mellifera*) (Studi Kasus : Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara).

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan kepada:

1. Kedua Orang Tua Saya Efendi Panjaitan dan Murni yang penuh kesabaran memberikan arahan dan dorongan baik moril maupun materil serta doanya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Sasmita Siregar S.P, M.Si Selaku Ketua Komisi Pembimbing dan Ibu Mailina Harahap, S.P, M.Si Sebagai Anggota Komisi Pembimbing dalam Skripsi ini yang telah memberikan arahan kepada penulis agar penelitian ini terlaksana dengan baik.
3. Bapak Muhammad Thamrin S.P, M.Si Selaku Kepala Program Studi Agribisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ir. Alridiwirah, M.M Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Seluruh Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Seluruh teman-teman Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara terutama Agribisnis 2 yang sedang berjuang menyelesaikan skripsi.
7. Seluruh sahabat-sahabat terdekat yang memotivasi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, serta tidak lupa shalawat dan salam kepada Nabi Besar Muhammad SAW. Skripsi ini merupakan suatu persyaratan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa untuk menyelesaikan Program Studi Strata (S1) Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Adapun judul dari skripsi penulis pada penelitian ini adalah “**ANALISIS USAHA DAN PEMASARAN LEBAH MADU *Apis mellifera***” (Studi kasus : Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara).

Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak dalam penyempurnaan usulan penelitian ini ke arah yang lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca pada umumnya. Demikian kata pengantar dari penulis, sekiranya banyak kekurangan di dalam skripsi ini, penulis memohon maaf.

Medan, 12 Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang.....	1
Perumusan Masalah	4
Tujuan Penelitian	5
Kegunaan Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
Landasan Teori	6
Analisis Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan Usaha Ternak ...	12
Analisis Kelayakan usaha.....	14
Analisis Pemasaran.....	16
Saluran Pemasaran.....	17
Biaya dan Margin Pemasaran.....	18
Tingkat Efisiensi Pemasaran	20
Penelitian Terdahulu	23
Kerangka Pemikiran	25
METODE PENELITIAN	28
Metode Penelitian	28
Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	28
Metode Penarikan Sampel.....	28
Metode Pengumpulan Data	29
Metode Analisis Data.....	29
Definisi dan Batasan Operasional.....	34
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	36
Letak Geografis dan Luas Daerah	36
Keadaan Penduduk.....	36

Sarana dan Prasarana.....	39
Karakteristik Umum Responden.....	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	42
Analisis Kelayakan Usaha Ternak Lebah Madu.....	42
Sistem Pemasaran Madu Di Desa Silo Baru	46
Share Margin Dan Efisiensi Pemasaran Madu	47
KESIMPULAN DAN SARAN	50
Kesimpulan.....	50
Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pemikiran.....	27
2.	Saluran Pemasaran I Produk Madu Di Desa Silo Baru.....	46

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
1.	Distribusi Penduduk Menurut Suku Bangsa Di Desa Silo Baru	37
2.	Distribusi Penduduk Menurut Usia Di Desa Silo Baru	37
3.	Distribusi Penduduk Menurut Mata Pecaharian Di Desa Silo Baru	38
4.	Distribusi Penduduk Menurut Tingkat Pendidikan Di Desa Silo Baru	38
5.	Sarana dan Prasarana di Desa Silo Baru.....	39
6.	Karakteristik Peternak Lebah Madu Di Desa Silo Baru.....	40
7.	Karakteristik Pedagang Pengecer Madu di Desa Silo Baru	41
8.	Rata-Rata Biaya Produksi Ternak Lebah Madu <i>Apis mellifera</i> Di Desa Silo Baru.....	42
9.	Biaya Saluran Pemasaran Madu Di Desa Silo Baru	47

DAFTAR LAMPIRAN

Nomor	Judul	Halaman
1.	Karakteristik Pengusaha Ternak Lebah Madu.....	54
2.	Biaya Variabel per Musim.....	54
3.	Jumlah Peralatan	55
4.	Biaya Peralatan Berdasarkan Jumlah	56
5.	Biaya Penyusutan Alat	57
6.	Total Biaya Penyusutan Alat per Musim.....	60
7.	Biaya Pembelian Lebah.....	61
8.	Total Biaya Tetap per Musim	61
9.	Total Biaya Produksi per Musim	62
10.	Total Pendapatan per Musim	62
11.	Karakteristik Pedagang Pengecer Pada Produk Madu	63
12.	Biaya Saluran Pemasaran I (Rp/Botol/Musim).....	63

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sektor pertanian di Indonesia saat ini masih sangat berpengaruh terhadap pembangunan nasional. Hal ini dapat terlihat dari letak wilayah Indonesia adalah negara agraris yang mayoritas bekerja di bidang pertanian. Salah satu sektor pertanian yang mampu membangun perekonomian di Indonesia adalah usaha ternak lebah madu. Produk madu yang dihasilkan oleh lebah madu telah lama dikenal masyarakat sebagai makanan yang berkhasiat mengembalikan stamina, menjaga kesehatan, dan mampu menyembuhkan berbagai penyakit seperti rematik, darah tinggi dan darah rendah, sakit pinggang, serta luka bakar (Sarwono, 2001).

Indonesia memiliki luas areal daratan sebesar 193 juta hektar, dengan luas tanaman berbunga dan pertanian mencapai 143 juta hektar. Hal ini membuat Indonesia sangat cocok untuk dijadikan usaha peternakan lebah madu yang dapat diusahakan sepanjang tahun. Ketika musim tanaman berbunga tiba, maka produk madu akan sangat berlimpah, ditambah dengan produksi lebah madu dari hutan (Novandra dan Widnyana, 2013).

Beberapa potensi yang mendukung usaha perlebahan di Indonesia adalah melimpahnya flora berbunga sebagai sumber pakan lebah, terdapat jenis-jenis lebah utama yang menghasilkan madu, dan kondisi agroklimat tropis yang mendukung budidaya lebah madu. Di beberapa daerah, usaha perlebahan telah menunjukkan prospek yang cukup baik, disamping nilai ekonomi yang dapat meningkatkan pendapatan peternak lebah madu (Sarwono, 2001).

Budidaya lebah madu yang dapat dilaksanakan di setiap tempat dengan lahan yang mempunyai pertanamannya, bisa menjadi peluang lapangan pekerjaan yang pemanfaatannya mampu membebaskan masyarakat dari tekanan kesulitan mencari perkembangan dengan segala akses pengaruh sosialnya. Dari kawasan dengan pertanaman di kota, lahan pertanian dengan semua jenis tanaman di desa-desa dan perkebunan dengan semua macam komoditi, sampai lahan kehutanan yang cukup luas tersebar di seluruh wilayah Indonesia, seluruhnya merupakan lapangan pengembangan ternak lebah madu yang potensial untuk dimanfaatkan. Peternakan lebah madu ini memerlukan keterampilan khusus, sehingga untuk pemanfaatannya dalam rangka meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sangat diperlukan adanya fasilitas, program pembinaan, dan kerja sama yang dapat membantu calon peternak lebah madu dalam pengembangan usahanya.

Dalam proses budidayanya, Lebah Madu menghasilkan berbagai macam produk, di mana produk utama dari budidaya lebah madu adalah madu. Sejauh ini masyarakat luas masih mengetahui bahwa budidaya lebah madu hanya menghasilkan madu yang dapat dimanfaatkan baik dari segi ekonomi maupun dari segi kesehatan. Namun untuk produk-produk lain dari lebah madu seperti propolis, *royal jelly*, *pollen*, lili atau malam lebah, dan racun lebah (*apitoxin*) masih belum banyak diketahui oleh masyarakat luas (Sarwono, 2001).

Penyaluran hasil produksi lebah madu tidak terlepas dengan adanya peranan lembaga-lembaga pemasaran yang terkait dalam proses memasarkan produk lebah madu. Lembaga pemasaran merupakan lembaga penting dalam membantu pengusaha untuk memperoleh pendapatan sesuai waktu yang diharapkan. Keterbatasan akses dan informasi pasar yang dimiliki pengusaha

dalam memasarkan produk akan memberikan dampak positif terhadap penggunaan jasa lembaga pemasaran. Selain itu lembaga pemasaran muncul karena adanya keinginan konsumen untuk memperoleh produk yang sesuai dengan waktu (time utility), tempat (place utility), dan bentuk (form utility). (Daniel, 2002).

Desa Silo Baru merupakan salah satu sentral budidaya lebah madu *Apis mellifera* di Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara. Menurut Badan Pusat Statistik (2015), pertumbuhan ekonomi Kabupaten Asahan didominasi oleh lapangan usaha pertanian, kehutanan, dan perikanan sebesar 37,97 %. Hal ini sangat memberikan peluang dan potensi dalam proses pengembangan usaha pertanian khususnya usaha ternak lebah madu. Peranan usaha ternak lebah madu ini memberikan dampak besar terhadap pertumbuhan ekonomi terutama di Kecamatan Silau Laut karena merupakan suatu usaha yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan hasil produk berupa madu ini sudah jarang diperoleh keasliannya dari tempat penyediaan jasa penjualan madu yang biasa kita jumpai.

Peternak lebah madu *Apis mellifera* di Desa Silo Baru juga sangat membantu dalam proses peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat, yaitu dalam penambahan penyedia lapangan kerja bagi masyarakat akibat kesulitan ekonomi. Dalam proses penyaluran produknya, peternak lebah madu *Apis mellifera* di Desa Silo Baru menggunakan beberapa lembaga-lembaga pemasaran untuk menghindari biaya pemasaran dan ketepatan waktu bagi konsumen dalam memperoleh produk yang dihasilkan. Hal ini dilakukan karena adanya keterbatasan modal dalam usaha yang dijalankan sehingga mengurangi risiko dan biaya produksi dalam perolehan pendapatan yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Analisis Usaha dan Pemasaran Lebah Madu (*Apis mellifera*) di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara. Daerah ini memiliki pemanfaatan lahan yang cukup luas di sektor pertanian, sehingga memberikan potensi dalam pengembangan usaha lebah madu. Selain itu, adanya usaha ternak lebah madu ini memberikan peningkatan produktivitas tanaman melalui peranan lebah dalam membantu proses penyerbukan bunga tanaman buah-buahan dan biji-bijian disekitarnya. Pemilihan lebah madu jenis *Apis mellifera* memiliki keuntungan bagi peternak di daerah penelitian karena lebah jenis ini memiliki sifat yang lebih jinak, produksi lebih banyak, tidak terlalu terpengaruh dengan kondisi cuaca, dan kualitas produksinya lebih bagus. Usaha lebah madu *Apis mellifera* ini membutuhkan biaya yang cukup besar dalam proses budidayanya, sehingga diperlukan analisis tentang kegiatan usaha ternak lebah madu dan proses distribusi produk yang dihasilkan dengan menggunakan jasa dari lembaga-lembaga pemasaran.

Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kelayakan usaha ternak Lebah Madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian ?
2. Bagaimana sistem pemasaran usaha ternak Lebah Madu (*Apis mellifera*) di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan ?
3. Bagaimana *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran produk Lebah Madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian ?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis kelayakan usaha ternak Lebah Madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian.
2. Untuk menganalisis sistem pemasaran usaha ternak Lebah Madu (*Apis mellifera*) di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan.
3. Untuk menganalisis *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran produk Lebah Madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan studi dan informasi bagi kalangan akademik yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut berkenaan dengan penelitian yang sama.
2. Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang ingin melakukan kegiatan usaha lebah madu dalam proses pengembangan usahanya.
3. Sebagai bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam membantu pengembangan usaha lebah madu pada peningkatan keterampilan sumberdaya manusia dalam proses budidayanya, sehingga memberikan kemudahan dalam mengembangkan usaha yang lebih maju.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Lebah madu adalah insekta sosial yang selalu hidup dalam suatu keluarga besar yang disebut koloni lebah. Setiap sarang hanya dihuni oleh satu koloni yang memiliki sifat polimer anatomi, fisiologi, dan fungsi biologis antara satu strata dengan strata lainnya. Dalam satu koloni hanya terdapat satu ratu lebah, beberapa ratus lebah jantan, beberapa puluh ribu lebah pekerja, ditambah penghuni dalam bentuk telur, larva, dan pupa (Sihombing, 2005).

Taksonomi pada lebah madu (*Apis mellifera*) dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Kingdom	: Animalia
Filum	: Arthropoda
Kelas	: Insecta
Ordo	: Hymenoptera
Famili	: Apidae
Genus	: <i>Apis</i>
Spesies	: <i>Apis mellifera</i> (Sihombing, 2005).

Pada awalnya lebah madu hidup di hutan, namun kini manusia berhasil membudidayakan lebah madu di dalam kotak lebah (*stup*). Pembudidayaan ini bertujuan agar produksi lebah dapat meningkat, kontinyu, dan sekaligus melestarikan jenis lebah tersebut (Pusat Pengembangan Apiari Pramuka, 2003).

Lebah seperti halnya organisme lain, sangat dipengaruhi oleh lingkungan, yaitu faktor biotik dan abiotik. Faktor biotik berupa keanekaragaman tanaman penghasil nektar dan tepung sari (*pollen*), serta hama dan penyakit. Faktor abiotik berupa temperatur, kelembaban udara, curah hujan dan lama penyinaran. Faktor lingkungan ini akan mempengaruhi aktivitas hidup, keadaan makanan di alam, dan perkembangan populasi (Sihombing, 2005).

Ada beberapa jenis lebah madu yang dikenal oleh manusia (Sarwono, 2001), antara lain:

a. *Apis dorsata*

Lebah jenis ini hidup di hutan lebat sebagai lebah madu liar dan belum pernah berhasil ditenakkan dalam stup. Sarangnya berada di alam terbuka, tapi terlindungi dari sinar matahari dan hujan. Lebah jenis ini merupakan lebah madu yang paling produktif dan penghasil madu lebah yang terbanyak.

b. *Apis florea*

Lebah jenis ini memiliki ukuran yang paling kecil di antara spesies lebah madu lainnya. Habitat hidupnya di daerah payau dengan membuat sarang yang menggantung di cabang pohon (Sumoprastowo dan Suprpto, 1993). Hasil madu lebah ini sedikit, tapi berfungsi sebagai penyebuk bunga-bunga kecil.

c. *Apis cerana*

Di Indonesia *Apis cerana* lebih dikenal dengan sebutan lebah lalat. Lebah ini dapat ditenakkan secara sederhana dengan glodok atau secara modern dalam stup. Lebah ini cukup produktif, sehingga banyak dipelihara masyarakat sekitar hutan secara tradisional dengan menggunakan glodok dari batang pohon kelapa dan randu (kapuk).

d. *Apis mellifera*

Lebah jenis ini berasal dari daerah subtropik, yaitu benua Eropa dan Australia. Ciri khas lebah ini adalah memiliki gelang berwarna kuning di belakang abdomen. Warna tubuh bervariasi dari coklat gelap sampai kuning hitam. Lebah ini sudah sejak lama dijinakkan dan ditenakkan orang.

e. *Apis koschevnikovi*

Lebah jenis ini merupakan spesies baru yang ditemukan oleh para ilmuwan di daerah Pulau Kalimantan dan Sumatera bagian Barat. Ciri khasnya adalah adanya warna merah di sebagian besar tubuhnya dan ukuran tubuhnya sedikit lebih besar dibandingkan jenis *Apis cerana*.

f. *Apis laboriosa*

Lebah jenis ini terdapat di pegunungan Himalaya, pada ketinggian lebih dari 1.200 m dpl. Jumlahnya yang terbatas dan letaknya yang sulit dijangkau manusia, membuat informasi mengenai lebah ini menjadi terbatas.

Sumoprastowo dan Suprpto (1993), menyatakan bahwa lebah memiliki kesukaan terhadap tepung sari tanaman tertentu, yang disebabkan karena kandungan gulanya. Nektar adalah zat manis yang berasal dari tanaman, mengandung 15-50% larutan gula, yang merupakan bahan baku pembuatan madu. Nektar merupakan sumber energi bagi lebah dalam mempertahankan suhu tubuh koloni lebah. Nektar yang hanya mengandung kurang dari 4% gula tidak menarik bagi lebah. Banyaknya nektar yang disimpan sebagai madu oleh satu koloni lebah madu tergantung dari beberapa faktor, antara lain :

- a. Ukuran dan komposisi populasi lebah dalam koloni, terutama kehadiran dan kualitas ratu.

- b. Sifat menimbun lebah pekerja yang berhubungan dengan faktor genetis.
- c. Keadaan cuaca, seperti temperatur, kelembaban, kecepatan angin, dan fotoperiode.
- d. Kapasitas ruangan penyimpan yang tersedia pada sisiran sarang.

Curah hujan dan kelembaban udara mempengaruhi hasil nektar. Pada waktu musim hujan, hasil nektar cenderung baik, karena tanaman pakan lebah berbunga lebat. Bunga mengeluarkan nektar hanya pada cuaca yang sejuk, sehingga lebah mencari madu pada saat pagi maupun sore hari. Aktifitas pada siang hari yang panas tidak dilakukan, karena bunga hanya sedikit mengeluarkan nektar. Selain itu, lebah sibuk untuk mencari air guna menyejukkan sarangnya.

Salah satu produk lebah madu yang sudah di kenal masyarakat luas adalah madu. Madu adalah cairan alami yang mempunyai rasa manis yang dihasilkan lebah madu dari sari bunga tanaman dan bagian lain dari tanaman maupun ekskresi serangga. Pusat Perlebahan Apiari Pramuka (2003), mendefinisikan madu sebagai cairan kental yang dihasilkan oleh lebah dari berbagai nektar yang masih mengandung enzim diastase aktif. Jumlah dan kualitas madu dipengaruhi oleh ketersediaan pakan lebah penghasil nektar dan *pollen* bunga, cuaca, kelembaban dan temperatur udara, serta koloni lebah.

Hammad (2012), mengatakan bahwa madu adalah senjata para dokter untuk mayoritas penyakit. Penggunaannya semakin bertambah seiring dengan perkembangan dunia medis. Madu dapat diberikan sebagai obat kuat dan makanan, anti racun penyakit eksternal tubuh, seperti arsenic, merkuri, dan kloroform, maupun sebagai anti racun penyakit internal tubuh, seperti keracunan

oleh limpa, saluran pencernaan, saluran kencing, demam, campak, radang paru-paru, dan radang selaput (otak dan sumsum).

Madu yang akan dikemas, sebaiknya dipanaskan terlebih dahulu dengan suhu sekitar 40⁰C, karena pada suhu ini, madu akan lebih cepat disaring maupun diendapkan. Gula madu dapat dilelehkan dengan memanaskannya selama kurang dari tiga jam pada suhu 50⁰C (Sihombing, 2005).

Menurut Pusat Perlebahan Apiari Pramuka (2003), sebelum memulai usaha beternak lebah madu, diperlukan persiapan-persiapan agar dapat mengatasi hambatan. Beberapa hal yang perlu dipersiapkan, antara lain:

a. Memilih lokasi yang sesuai :

Kaya tanaman pakan lebah yang mengandung nektar dan *pollen* dengan jarak satu sampai dua km dari sarang.

Terdapat sumber air bersih dan lokasi yang mudah dijangkau kendaraan.

Tidak ada angin kencang.

Ketinggian tempat antara 200-1000 m di atas permukaan laut dengan suhu 20⁰C-30⁰C.

b. Peralatan utama

Stup merupakan peralatan utama dalam beternak lebah madu. Keuntungan penggunaan *stup* adalah setiap koloni dapat diperiksa setiap saat dengan cara mengangkat sisiran-sisiran sarang satu persatu dan pemanenan madu dapat dilakukan secara selektif tanpa merusak sisiran sarang. *Stup* terbuat dari bahan kayu yang tidak berbau dan memiliki ketebalan 2 cm, tahan lama, serta mudah

didapat. *Stup* mempunyai panjang 50 cm, lebar 40 cm, dan tinggi 26 cm, sedangkan *frame stup* mempunyai panjang 45 cm, lebar 3 cm, dan tinggi 23 cm.

c. Peralatan pelengkap

Peralatan pelengkap digunakan untuk kelancaran pelaksanaan beternak lebah. Peralatan pelengkap yang diperlukan, antara lain:

- Pondasi sarang digunakan untuk mempercepat pembangunan sarang.
- Penyekat ratu digunakan untuk menahan gerak atau menghalangi ratu supaya tidak naik ke kotak super maupun kotak di atasnya.
- Kurungan ratu digunakan untuk mengamankan ratu atau memperkenalkan ratu kepada koloni yang membutuhkan ratu baru.
- Mangkokan ratu digunakan untuk menempatkan calon-calon ratu baru.
- Bingkai stimulasi digunakan sebagai wadah tempat pakan tambahan.

d. Perlengkapan petugas

Perlengkapan yang digunakan petugas dalam melaksanakan pekerjaan, antara lain:

- Pengasap untuk menjinakkan lebah.
- Penutup wajah digunakan untuk melindungi wajah dari serangan lebah.
- Pengungkit digunakan untuk membantu mengangkat sisiran yang melekat kuat pada *stup*.
- Sarung tangan digunakan untuk melindungi tangan dari serangan lebah.
- Sikat lebah digunakan untuk menghalau lebah dari sisiran sarang, pada saat pemanenan.

Analisis Biaya, Penerimaan, dan Pendapatan

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian. Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya, baik biaya produksi, biaya operasi maupun biaya non operasi akan menghasilkan keuntungan. Selanjutnya dikatakan bahwa biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah disebabkan karena adanya perubahan jumlah hasil. Biaya tetap adalah biaya-biaya yang tidak berubah-ubah (konstan) untuk setiap tingkatan atau hasil yang diproduksi. Biaya total adalah merupakan jumlah dari biaya variabel dan biaya tetap (Swastha dan Sukojo, 1997).

Biaya produksi dapat digolongkan dalam biaya tetap dan biaya tidak tetap. Biaya tetap adalah biaya yang jumlahnya tetap dan tidak tergantung pada besar kecilnya jumlah produksi, hingga batas kapasitasnya yang memungkinkan, misalnya sewa tanah, bunga pinjaman, listrik. Sedangkan biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah mengikuti besar kecilnya volume produksi (Soekartawi, 2006).

Selanjutnya dikatakan bahwa biaya usaha tani biasanya diklasifikasikan menjadi dua, yaitu : (a) Biaya tetap (*fixed cost*); dan biaya tidak tetap (*variable cost*). Biaya tetap ini umumnya didefinisikan sebagai biaya yang relatif tetap jumlahnya, dan terus dikeluarkan walaupun produksi yang diperoleh banyak atau sedikit. Biaya tidak tetap biasanya didefinisikan sebagai biaya yang besar-kecilnya dipengaruhi oleh produksi yang diperoleh. Biaya total produksi dirumuskan sebagai berikut:

$$TC = TFC + TVC$$

Keterangan:

TC : biaya total produksi

TFC : biaya tetap total

TVC : biaya variabel total (Soekartawi 2006).

Apabila hasil produksi peternakan dijual ke pasar atau ke pihak lain, maka diperoleh sejumlah uang sebagai produk yang terjual tersebut. Besar atau kecilnya uang diperoleh tergantung dari pada jumlah barang dan nilai barang yang dijual. Barang yang dijual akan bernilai tinggi bila permintaan melebihi penawaran atau produksi sedikit. Jumlah produk yang dijual dikalikan dengan harga yang ditawarkan merupakan jumlah uang yang diterima sebagai ganti produk peternakan yang dijual inilah yang dinamakan penerimaan (Saragih, 2000).

Menurut Soekartawi (2006) menyatakan bahwa penerimaan kotor usaha tani adalah jumlah produksi yang dihasilkan dalam suatu kegiatan usaha tani dikalikan dengan harga jual yang berlaku dipasaran. Adapun penerimaan usaha tani adalah merupakan hasil perkalian antara produksi yang diperoleh dengan harga jual. Pernyataan ini dapat dirumuskan sebagai berikut $TR = Y_i \times P_{yi}$. Dimana TR adalah total penerimaan, Y adalah produksi yang diperoleh dalam suatu usaha tani (i), P_{yi} adalah harga Y.

Analisis pendapatan berfungsi untuk mengukur berhasil tidaknya suatu kegiatan usaha, menentukan komponen utama pendapatan dan apakah komponen itu masih dapat ditingkatkan atau tidak. Kegiatan usaha dikatakan berhasil apabila pendapatannya memenuhi syarat cukup untuk memenuhi semua sarana produksi. Analisis usaha tersebut merupakan keterangan yang rinci tentang penerimaan dan pengeluaran selama jangka waktu tertentu (Daniel, 2002).

Dalam menaksir pendapatan kotor petani peternak semua komponen produk yang tidak terjual harus dinilai berdasarkan harga pasar, sehingga pendapatan kotor petani peternak dihitung sebagai penjualan ternak ditambah nilai ternak yang digunakan untuk dikonsumsi rumah tangga atau dengan kata lain pendapatan kotor usaha tani adalah nilai produk total usaha tani dalam jangka waktu tertentu, baik yang dijual maupun yang tidak dijual. Sedangkan pendapatan bersih usaha tani adalah selisih antara pendapatan kotor usahatani dengan pengeluaran total usaha tani. Dikatakan pula total pendapatan diperoleh dari total penerimaan dikurangi dengan total biaya dalam suatu proses produksi (Daniel, 2002). Rumus yang digunakan dalam menghitung tingkat pendapatan atau keuntungan yang diperoleh dalam kegiatan suatu usaha adalah sebagai berikut :

$$\pi = TR - TC$$

Dimana :

π = Pendapatan Usaha

TR = Total Penerimaan

TC = Total Biaya (Soekartawi, 2006).

Analisis Kelayakan Usaha

Kelayakan usaha dapat melihat kelayakan dari suatu gagasan yang berasal dari pengusaha secara individu. Kegiatan usaha pada umumnya mengutamakan *financial benefit* daripada *social benefit*. Kelayakan usahatani dapat diketahui dengan menggunakan beberapa criteria investasi yang umum dikenal, yaitu Net B/C Ratio dan R/C (Kasmir dan Jakfar, 2003).

a. B/C Ratio

B/C ratio merupakan besaran nilai yang menunjukkan perbandingan antara laba bersih (*Benefit*) dengan total biaya (*Total Cost*). Dalam besaran nilai B/C ratio, dapat diketahui suatu usaha menguntungkan atau tidak menguntungkan. Secara sistematis rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\frac{B}{C} \text{ Ratio} = \frac{\pi}{TC}$$

Dimana :

π = Jumlah Pendapatan (*Benefit*)

TC = Total Biaya Produksi (*Total Cost*)

Kriteria penilaian B/C Ratio yaitu:

- Jika B/C Ratio > 0, maka usaha layak untuk diusahakan
- Jika B/C Ratio = 0, Maka usaha mengalami titik impas (BEP)
- Jika B/C Ratio < 0, maka usaha tidak layak (Soekartawi, 2006).

b. R/C Ratio

R/C Ratio adalah perbandingan atau nisbah antara penerimaan dan biaya yang dikeluarkan dalam kegiatan usaha. Secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

Keterangan :

- Jika R/C Ratio > 1 maka dapat dikatakan usaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) layak untuk diusahakan.
- Jika R/C Ratio < 1 usaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) dikatakan tidak layak karena merugikan, artinya biaya yang dikeluarkan lebih besar dari penerimaan yang diperoleh (Soekartawi, 2006).

Analisis Pemasaran

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Definisi ini didasarkan pada konsep inti berikut yaitu kebutuhan, keinginan, dan permintaan (Daniel, 2002).

Pemasaran merupakan hal yang paling penting setelah selesainya produk yang dihasilkan. Kondisi pemasaran menimbulkan suatu siklus atau lingkaran pasar suatu komoditas. Bila pemasaran tidak baik, mungkin disebabkan karena daerah produsen terisolasi, tidak ada pasar, rantai pemasaran terlalu panjang, atau hanya ada satu pembeli, kondisi ini sangat merugikan produsen. Pemasaran dapat menunjang kelancaran penyaluran suatu produk yang memungkinkan konsumen memperoleh kebutuhan dengan tepat waktu (Daniel, 2002).

Menurut Kamaluddin (2008), fungsi pemasaran merupakan suatu aktivitas yang dispesialisasi dan dilaksanakan dalam bidang pemasaran. Fungsi-fungsi pemasaran yang dilaksanakan adalah:

- Mengkombinasikan beberapa jenis barang tertentu.
- Melaksanakan jasa-jasa eceran untuk barang tersebut.
- Menempatkan diri sebagai sumber barang-barang bagi konsumen.
- Menciptakan keseimbangan antara harga dan kualitas barang yang diperdagangkan.
- Menyediakan barang-barang untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- Melaksanakan tindakan-tindakan dalam persaingan.

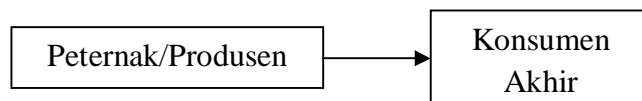
Saluran Pemasaran

Saluran pemasaran adalah penyaluran barang atau jasa dari produsen ke konsumen akhir, dan yang menyelenggarakannya berupa lembaga atau badan badan yang bertugas melaksanakan fungsi pemasaran itu sendiri atau memenuhi keinginan konsumen semaksimal mungkin, sedangkan pihak konsumen akan memberikan imbalan berupa margin kepada lembaga pemasaran tersebut (Simamora, 2001).

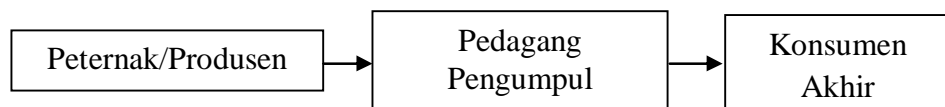
Saluran pemasaran adalah organisasi-organisasi yang terkait satu sama lain dan terlibat dalam penyaluran produk sejak dari produsen sampai konsumen. Organisasi-organisasi yang dimaksud bisa berupa penjalag, grosir, agen dan distributor fisik (Simamora, 2001).

Menurut Rahadi dan Hartono (2003) bahwa pola pemasaran berlangsung secara alami. Biasanya pola ini banyak dilakukan oleh peternak yang ingin berusaha sendiri memasarkan produknya. Peternak dapat menjual langsung ke konsumen, pedagang besar atau pasar-pasar yang telah ada. Salah satu pola tersebut yaitu :

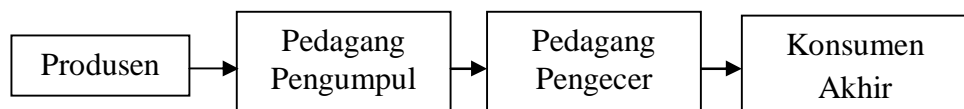
Pola 1 :



Pola 2 :



Pola 3 :



Panjang pendeknya saluran tataniaga yang dilalui tergantung dari beberapa faktor, antara lain :

- a. Jarak antara produsen ke konsumen. Makin jauh jarak antara produsen dan konsumen biasanya makin panjang saluran yang ditempuh oleh produk.
- b. Cepat tidaknya produk rusak. Produk yang cepat atau mudah rusak harus segera diterima konsumen dan dengan demikian menghendaki saluran yang pendek dan cepat.
- c. Skala produksi. Bila produksi langsung dalam ukuran-ukuran kecil maka jumlah produk yang dihasilkan berukuran kecil pula, hal ini tidak menguntungkan bila produsen langsung menjualnya ke pasar.
- d. Posisi keuangan pengusaha. Produsen yang posisi keuangannya kuat cenderung untuk memperpendek saluran tataniaga.

Biaya dan Margin Pemasaran

Biaya pemasaran merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses pemasaran berlangsung mulai dari peternak sampai konsumen akhir. Pedagang perantara mengeluarkan biaya dalam rangka penyelenggaraan kegiatan pemasaran produk hingga konsumen. Besarnya biaya yang dikeluarkan bagi tiap saluran pemasaran selalu berbeda-beda. Dengan demikian semakin panjang saluran pemasaran maka jumlah biaya yang dikeluarkan akan semakin bertambah (Simamora, 2001).

Mubyarto (1997) menyatakan bahwa biaya pemasaran yang relatif tinggi dapat disebabkan oleh beberapa faktor antara lain kurang baiknya jalan dan prsarana perhubungan, tersebarnya tempat produksi yang jauh dan banyaknya pungutan-pungutan yang bersifat resmi maupun tidak resmi di sepanjang jalan antara produsen dan konsumen.

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang dapat menutupi biaya akan mengakibatkan kerugian operasional maupun biaya non operasional yang menghasilkan keuntungan, selanjutnya dikatakan bahwa biaya variabel adalah biaya yang berubah-ubah untuk setiap tingkatan atau hasil yang di produksi. Biaya total adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan atau biaya total merupakan jumlah biaya variabel dan biaya tetap (Alma, 2000).

Soekartawi (2002) menyatakan bahwa keuntungan adalah selisih antara penerimaan total dan biaya-biaya. Biaya ini dalam banyak kenyataan, dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu biaya tetap (seperti sewa tanah, pembelian alat) dan biaya tidak tetap (seperti biaya transportasi, upah tenaga kerja). Keuntungan margin adalah keuntungan yang bersifat kotor. Dari segi bisnis, keuntungan ini bersifat semu karena ada unsur-unsur biaya yang tidak diperhitungkan yaitu biaya tetap, sehingga besarnya keuntungan margin sama dengan selisih total output dengan biaya operasional.

Daniel (2002) menyatakan bahwa margin tataniaga adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin panjang tataniaga (semakin banyak lembaga yang terlibat) maka semakin besar margin tataniaganya.

Margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi, tergantung berapa besar biaya-biaya yang harus dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono, 2004). Rumus menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut :

$$M_{ji} = C_{ij} + \pi_i \text{ atau } M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

$$M_j = \sum M_{ji}$$

Keterangan :

M_j = Margin pemasaran total

M_{ji} = Margin pada lembaga pemasaran ke-i

P_{si} = Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i

P_{bi} = Harga pembelian pada lembaga pemasaran ke-i

C_{ij} = Biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-I (Soekartawi, 2002).

Untuk menghitung bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran produk lebah madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian, dengan rumus sebagai berikut :

$$S_m = \frac{P_p}{P_k} \times 100\%$$

Keterangan :

S_m = *Share Margin* (%)

P_p = Harga yang diterima produsen dan pedagang (Rp)

P_k = Harga yang dibayar oleh konsumen (Rp) (Soekartawi, 2002).

Tingkat Efisiensi Pemasaran

Efisiensi dapat diartikan sebagai upaya penggunaan input sekecil-kecilnya untuk mendapatkan produksi yang sebesar-besarnya. Bila efisiensi dimasukkan dalam analisis maka variable baru yang harus dipertimbangkan dalam model analisisnya adalah variable harga. Oleh karena itu ada dua hal yang harus

diperhatikan sebelum efisiensi dikerjakan yaitu tingkatkan transmisi antara input dan output, serta perbandingan antara harga input dan harga output sebagai upaya mencapai indikator efisiensi. Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai besaran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

$$E_p = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Jika nilai $E_p < 50\%$, maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai $E_p \geq 50\%$, maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien (Soekartawi, 2002).

Pandangan lain menyatakan bahwa efisiensi merupakan ukuran dari produktivitas. Sedang efisiensi sendiri merupakan perbandingan antara unsur output dan unsur input. Apabila hasil perbandingan ini lebih besar dari 1 (satu) maka dapat dikatakan produktif. Sebaliknya bila perbandingan antara output dan input hasilnya kurang dari 1 (satu) maka dikatakan kurang produktif. Perusahaan yang produktif adalah perusahaan yang efisien. Perusahaan yang efisien apabila nilai output lebih besar dari nilai inputnya. Sebaliknya perusahaan tidak efisien jika output bernilai lebih kecil dari nilai inputnya (Ranupandojo, 1990).

Daniel (2002) mengemukakan bahwa efisiensi pemasaran adalah ukuran dari perbandingan antara kegunaan pemasaran dengan biaya pemasaran. Beberapa faktor yang dapat dipakai sebagai ukuran efisiensi pemasaran, yaitu :

- Keuntungan pemasaran
- Harga yang diterima oleh konsumen
- Tersedianya fasilitas fisik pemasaran
- Kompetensi pasar.

Suatu sistem pemasaran dianggap efisien apabila memenuhi 2 syarat yaitu sebagai berikut :

- Mampu menyampaikan hasil-hasil produsen sampai ke konsumen dengan biaya serendah-rendahnya.
- Mampu mengadakan pembagian yang adil dari keseluruhan harga yang dibayar konsumen akhir kepada semua pihak yang ikut serta dalam kegiatan produksi dan pemasaran barang.

Downey dan Erickson (1992) menyatakan bahwa istilah efisiensi pemasaran sering digunakan dalam menilai prestasi kerja (performance) pemasaran. Hal ini mencerminkan consensus bahwa pelaksanaan proses pemasaran harus berlangsung secara efisien. Teknologi atau prosedur baru hanya boleh ditetapkan apabila meningkatkan efisiensi proses pemasaran. Efisiensi dapat didefinisikan sebagai peningkatan rasio “keluaran-masukan” yang umumnya dicapai dengan salah satu dari empat cara berikut :

- Keluaran tetap konstan sedang masukan mengecil
- Keluaran meningkat sedang masukan tetap konstan
- Keluaran meningkat dalam kadar yang lebih tinggi ketimbang peningkatan masukan.
- Keluaran menurun dalam kadar yang lebih rendah ketimbang penurunan masukan.

Ada dua dimensi yang berbeda dari efisiensi pemasaran yang dapat meningkatkan rasio keluaran-masukan. Yang pertama disebut efisiensi operasional dan mengukur aktivitas pelaksanaan jasa pemasaran di dalam

perusahaan. Dimensi kedua disebut penetapan harga, mengukur bagaimana harga pasar mencerminkan biaya produksi dan pemasaran secara memadai pada seluruh sistem pemasaran.

Penelitian Terdahulu

Jan Edmond (2014), dengan judul penelitian “Analisis Finansial Usaha Lebah Madu” di Pusat Perlebahan Halmahera, Desa Linaino, Provinsi Maluku Utara. Metode yang dilakukan untuk menganalisis adalah analisis kelayakan investasi dengan mengukur *Net Present Value*, *Internal Rate of Return*, *Net Benefit/Cost*, dan *Break Event Point*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara finansial usaha lebah madu di Pusat Perlebahan Halmahera layak untuk diusahakan. Hal ini dilihat dari *Net Present Value* yang mencapai nilai positif (Rp 57.659.816,77) , *Internal Rate of Return* sebesar 50,5%, *Net Benefit/Cost* sebesar 2.34, dan *Break Even Point* setelah 2 tahun 1 bulan 28 hari.

Telin Adalina (2008) dengan judul penelitian “Analisis Finansial Usaha Lebah Madu *Apis mellifera* L” di Kabupaten Bogor. Metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif melalui studi kasus yang berupa analisis dokumen (*desk study*), yaitu dengan cara mengumpulkan data dari tiga buah perusahaan di Jawa Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata produksi madu adalah 14,38-30,62 kg/koloni/tahun, harga pokok produksi madu adalah Rp 7.790,- – Rp 20.500,-/kg madu, harga pokok penjualan adalah Rp 8.040,- - Rp 25.600,-/kg madu, dan harga penjualan adalah Rp 13.500,- - Rp 33.000,-/kg madu. Jumlah madu pada saat titik impas atau *break event point* (BEP) sebesar 1.230-6.459 kg dan bila dikonversi ke dalam jumlah koloni sebesar 84-240 koloni, sedangkan besarnya nilai penjualan madu hasil perhitungan titik

impas Rp 37.594.000,- – Rp 84.214.000,-. Besarnya nisbah manfaat terhadap biaya (*B/C ratio*) 1,0-1,39 pada tingkat diskonto 10 persen. Jangka waktu pengembalian atau *payback period* (PBP) agar dana yang tertanam pada suatu investasi dapat diperoleh kembali seluruhnya 41-58 bulan dari jangka waktu maksimum yang diusulkan selama 60 bulan. Tingkat bunga maksimum atau *internal rate of return* (IRR) yang dapat dibayar dalam perusahaan lebah madu *Apis mellifera* L. sebesar 10,2-75 persen. Perusahaan lebah madu *Apis mellifera* L. layak diusahakan karena besarnya produksi di atas titik impas, rasio manfaat terhadap biaya (*B/C ratio*) lebih besar dari satu, tingkat bunga maksimum yang dapat dibayar di atas bunga bank, nilai sekarang dari arus uang pada masa yang akan datang dengan tingkat diskonto 10 persen bernilai positif dan jangka waktu pengembalian dana investasi lebih pendek dari jangka waktu maksimum yang diusulkan.

Farida Hanum (2007), dengan judul skripsi “Analisis Sistem Pemasaran Produk Lebah Madu PT. Madu Pramuka Cibubur, Jakarta Timur”. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Pola saluran pemasaran produk lebah madu untuk madu botol, *bee pollen* dan *royal jelly* terdiri dari dua saluran sedangkan madu curah satu saluran. Fungsi pemasaran yang dilakukan produsen dan pengecer adalah: 1) fungsi pertukaran yaitu fungsi pembelian, penjualan, penetapan harga, 2) fungsi fisik yaitu transportasi, standardisasi dan grading, penyimpanan, penanganan (pengecer hanya melakukan fungsi penyimpanan dan penanganan) 3) fungsi fasilitas yaitu penanggungan resiko dan pembiayaan (pengecer hanya melakukan fungsi pembiayaan). Struktur pasar yang dihadapi produsen adalah persaingan monopolistik. Struktur pasar yang dihadapi pengecer

mendekati pasar persaingan sempurna. Saluran pemasaran yang paling efisien berdasarkan biaya pemasaran, margin pemasaran dan *producer's share* untuk madu botol adalah saluran I karena pada saluran I biaya pemasaran dan margin pemasaran rendah serta *producer's share* yang tinggi per satu satuan output. Jika dilihat dari total seluruh produk yang dipasarkan maka saluran yang paling efisien adalah saluran I karena total volume penjualan lebih tinggi. Analisis tingkat keterpaduan pasar menunjukkan bahwa transfer harga dari pengecer ke produsen tidak berlangsung dengan baik. Apabila harga di tingkat pengecer naik maka kenaikan harga di tingkat pengecer sedikit ditransfer pada harga di tingkat produsen, walaupun nilainya semakin kecil kalau madu botol itu semakin spesifik.

Kerangka Pemikiran

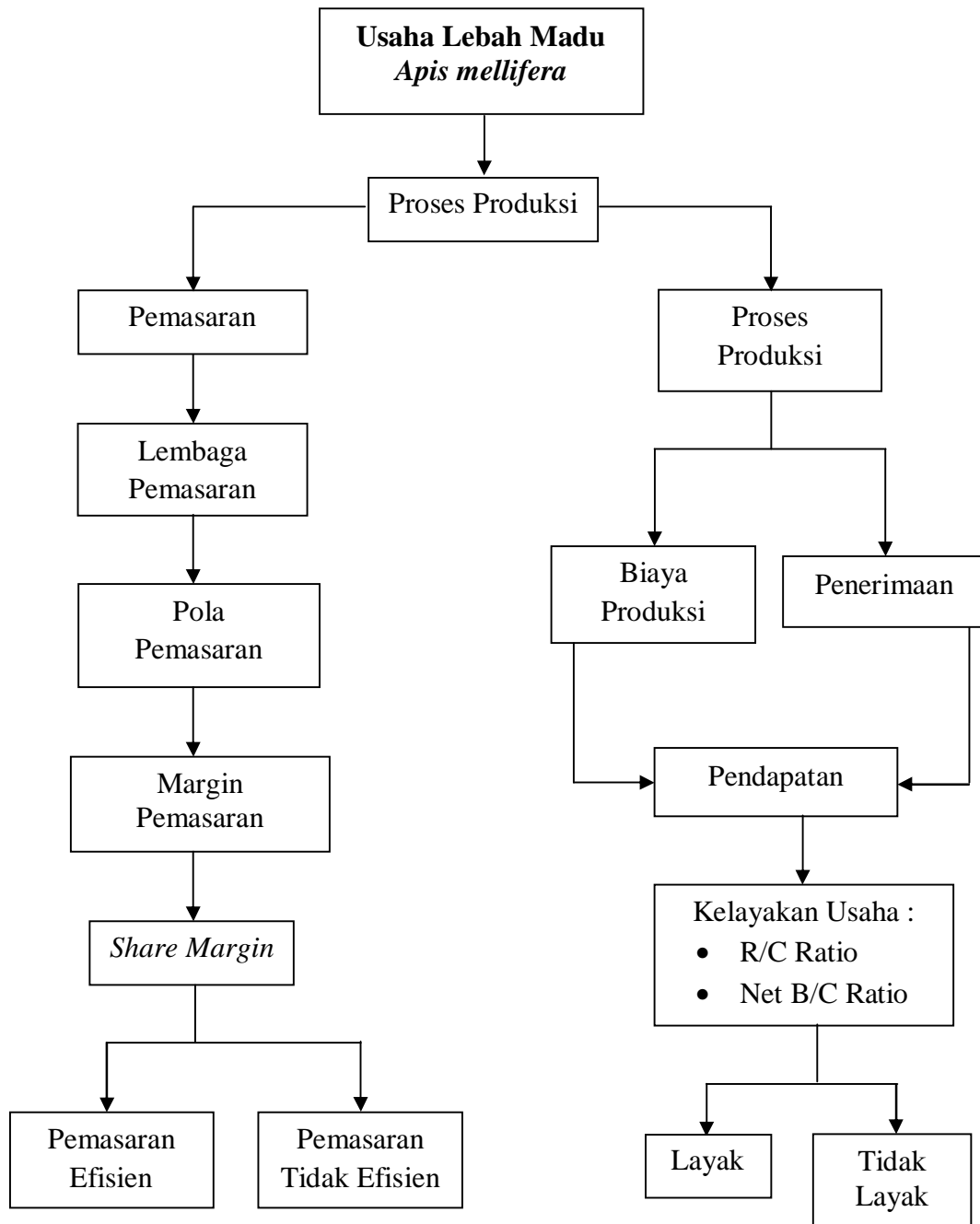
Usaha lebah madu memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di Indonesia karena memiliki potensi dari segi penyediaan lahan pertanian sebagai dasar pakan bagi ternak lebah madu yang akan dikembangkan. Dalam proses produksi yang berjalan dalam suatu kegiatan usaha, diperlukan analisis terhadap biaya produksi yang dikeluarkan. Jumlah produksi yang dihasilkan akan mempengaruhi penerimaan yang akan diterima sehingga keuntungan atau pendapatan akan diketahui dari selisih penerimaan dengan biaya yang dikeluarkan selama kegiatan produksi.

Metode kelayakan digunakan untuk melihat kegiatan usaha yang dijalankan layak atau tidak. Metode kelayakan yang digunakan terhadap usaha lebah madu *Apis mellifera* di daerah penelitian adalah metode BEP Unit dan R/C Ratio yang melihat perbandingan antara penerimaan yang diperoleh dengan biaya yang dikeluarkan pada kegiatan usaha berlangsung. Profitabilitas merupakan

perbandingan antara keuntungan dari penjualan dengan total biaya yang dinyatakan dalam persentase.

Margin pemasaran adalah selisih antara harga yang dibayarkan oleh konsumen dengan harga yang diterima produsen. Margin ini akan diterima oleh lembaga tataniaga yang terlibat dalam proses pemasaran tersebut. Makin panjang tataniaga (semakin banyak lembaga yang terlibat) maka semakin besar margin tataniaganya. Sedangkan efisiensi pemasaran adalah ukuran dari perbandingan antara kegunaan pemasaran dengan biaya pemasaran.

Untuk mempermudah pemahaman kerangka pemikiran maka secara skematis digambarkan skema kerangka pemikiran sebagai berikut :



Keterangan : Menyatakan Hubungan

→
 Menyatakan Pengaruh

Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus (*Case study*), yaitu penelitian dilakukan dengan melihat langsung ke lapangan. Studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu atau suatu fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara yang ditentukan secara sengaja (*purposive*). Daerah ini merupakan salah satu budidaya ternak lebah madu (*Apis mellifera*) di Kabupaten Asahan yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi khususnya di Kecamatan Silau Laut. Sebagian besar daerah ini dimanfaatkan pada sektor pertanian sehingga memberikan kemudahan dalam mengembangkan budidaya ternak lebah madu (*Apis mellifera*). Pemilihan lebah madu jenis *Apis mellifera* sengaja dilakukan peternak karena memiliki keuntungan, seperti sifat yang lebih jinak, produksi lebih banyak, tidak terlalu terpengaruh dengan kondisi cuaca, dan kualitas produksinya lebih bagus.

Metode Penarikan Sampel

Populasi adalah jumlah dari seluruh objek yang karakteristiknya akan diduga sebagai objek yang dibutuhkan peneliti, sedangkan sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya akan diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Sampel dalam penelitian ini adalah peternak lebah madu

(*Apis mellifera*) dan lembaga pemasaran yang terkait dalam proses pemasaran produk lebah madu (*Apis mellifera*) di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik *sampling jenuh*, yaitu teknik penentuan sampel bila anggota populasi digunakan sebagai sampel dalam suatu penelitian (Sugiyono, 2010). Jumlah populasi yang membudidayakan ternak lebah madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian adalah 6 pengusaha, sedangkan jumlah lembaga pemasaran berdasarkan alur pemasaran produk lebah madu (*Apis mellifera*) yang ada di Desa Silo Baru, Kecamatan Silo Laut.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara kepada pengusaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) dan kepada lembaga pemasaran yang terkait dalam proses pemasaran produknya. Bentuk wawancara telah disediakan terlebih dahulu berupa daftar pertanyaan (kuisisioner) yang terkait dengan rumusan masalah peneliti. Data sekunder diperoleh dari lembaga atau instansi-instansi terkait seperti: Badan Pusat Statistik, Lembaga Pemerintah Daerah, dan literatur atau buku-buku pendukung lainnya.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dilakukan untuk menjawab permasalahan yang pertama adalah analisis deskriptif, yaitu menghitung biaya produksi, penerimaan, dan pendapatan usaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) dalam sekali musim panen di daerah penelitian sehingga dapat diketahui kelayakan usaha yang dijalankan.

Perhitungan biaya produksi dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TC = FC + VC$$

Dimana :

TC = Total cost (total biaya) (Rp/Musim Panen)

FC = Fixed cost (Biaya Tetap)

VC = Variabel cost (Biaya Variabel) (Soekartawi, 2003).

Perhitungan penerimaan usaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) dapat diketahui dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$TR = Q \times P$$

Dimana :

TR : Total Penerimaan (Rp/Tahun)

Q : Jumlah Produksi (Kg)

P : Harga (Rp/Kg) (Soekartawi, 2003).

Untuk mengetahui pendapatan yang diterima peternak lebah madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian,, yaitu menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Pd = TR - TC$$

Dimana :

Pd : Total pendapatan ternak lebah madu (*Apis mellifera*) (Rp/Musim)

TR : Total penerimaan ternak lebah madu (*Apis mellifera*) (Rp/Musim)

TC : Total Biaya Produksi (Rp/Tahun) (Soekartawi, 2003).

Analisis Kelayakan Usaha

Analisis kelayakan usaha diperlukan untuk menjawab perumusan masalah yang pertama. Metode kelayakan yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kelayakan dengan metode metode R/C ratio dan Net B/C Ratio.

a) R/C Ratio

Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai besaran R/C Ratio adalah sebagai berikut :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya Produksi}}$$

Keterangan :

- Jika R/C Ratio > 1 maka dapat dikatakan usaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) layak untuk dijalankan.
- Jika R/C Ratio < 1 usaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) dikatakan tidak layak karena merugikan, artinya biaya yang dikeluarkan lebih besar dari penerimaan yang diperoleh (Soekartawi, 2006).

b. B/C Ratio

B/C ratio merupakan besaran nilai yang menunjukkan perbandingan antara laba bersih (*Benefit*) dengan total biaya (*Total Cost*). Dalam besaran nilai B/C ratio, dapat diketahui suatu usaha menguntungkan atau tidak menguntungkan. Secara sistematis rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\frac{B}{C} \text{ Ratio} = \frac{\pi}{TC}$$

Dimana :

π = Jumlah Pendapatan (*Benefit*)

TC = Total Biaya Produksi (*Total Cost*)

Kriteria penilaian B/C Ratio yaitu:

- Jika B/C Ratio > 0 , maka usaha layak untuk dijalankan
- Jika B/C Ratio $= 0$, Maka usaha mengalami titik impas (BEP)
- Jika B/C Ratio < 0 , maka usaha tidak layak (Soekartawi, 2006).

Untuk menjawab permasalahan masalah yang kedua, diperlukan analisis terhadap penggunaan jasa pemasaran yaitu lembaga pemasaran yang digunakan oleh pengusaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian. Setiap pola pemasaran yang ada, diperlukan analisis biaya pemasaran, harga jual, dan harga beli lembaga pemasaran terhadap produk yang dipasarkan oleh peternak lebah madu (*Apis mellifera*). Semakin pendek pola pemasaran dalam sebuah skala usaha produk yang dipasarkan, maka semakin baik serta semakin mudah bagi petani/peternak dalam menciptakan kesejahteraan terhadap usaha yang dijalankannya (Soekartawi, 2002).

Share Margin dan Efisiensi Pemasaran

Untuk menjawab perumusan masalah yang ketiga, yaitu menghitung nilai *share margin* dan tingkat efisiensi pemasaran yang ada. Margin pemasaran yang tinggi tidak selalu mengindikasikan keuntungan yang tinggi, tergantung berapa besar biaya-biaya yang harus dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran dalam melakukan fungsi-fungsi pemasaran (Sudiyono, 2004). Rumus menghitung margin pemasaran adalah sebagai berikut :

$$M_{ji} = C_{ij} + \pi_i \text{ atau } M_{ji} = P_{si} - P_{bi}$$

$$M_j = \sum M_{ji}$$

Keterangan :

Mj = Margin pemasaran total

Mji = Margin pada lembaga pemasaran ke-i

Psi = Harga penjualan pada lembaga pemasaran ke-i

Pbi = Harga pembelian pada lembaga pemasaran ke-i

Cij = Biaya pemasaran untuk melaksanakan fungsi pemasaran ke-i oleh lembaga pemasaran ke-j

π_i = Keuntungan lembaga pemasaran ke-I (Soekartawi, 2002).

Untuk menghitung bagian yang diterima oleh masing-masing lembaga pemasaran produk lebah madu (*Apis mellifera*) di daerah penelitian, dengan rumus sebagai berikut :

$$Sm = \frac{Pp}{Pk} \times 100\%$$

Keterangan :

Sm = *Share Margin* (%)

Pp = Harga yang diterima produsen dan pedagang (Rp)

Pk = Harga yang dibayar oleh konsumen (Rp) (Soekartawi, 2002).

Rumus yang digunakan dalam menghitung nilai besaran efisiensi pemasaran adalah sebagai berikut :

$$Ep = \frac{\text{Biaya Pemasaran}}{\text{Nilai produk yang dipasarkan}} \times 100\%$$

Jika nilai $Ep < 50\%$, maka semakin efisien penggunaan saluran pemasaran di daerah penelitian dan jika nilai $Ep \geq 50\%$, maka pemasaran di daerah penelitian belum mencapai tingkat efisien (Soekartawi, 2002).

Definisi dan Batasan Operasional

Definisi dan batasan operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman istilah – istilah yang terdapat dalam penelitian ini :

1. Lokasi penelitian dilaksanakan di Silo Baru, Kecamatan Silau Laut, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara.
2. Sampel dalam penelitian ini adalah peternak lebah madu (*Apis mellifera*) di Desa Silo Baru, dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 6 pengusaha ternak lebah madu (*Apis mellifera*).
3. Analisis usaha adalah suatu kegiatan pengamatan yang dilakukan terhadap suatu usaha yang masih berjalan dan untuk mengetahui kelayakan dari usaha tersebut.
4. Total Biaya produksi adalah seluruh biaya-biaya yang dikeluarkan pada kegiatan proses produksi berlangsung, dengan satuan rupiah per musim panen (Rp/Musim Panen).
5. Penerimaan adalah hasil dari jumlah produksi yang diperoleh dikali dengan harga jual produk hasil usaha yang dilakukan, dengan satuan rupiah per musim panen (Rp/Musim Panen).
6. Pendapatan adalah hasil penerimaan yang sudah dikurangi biaya-biaya produksi yang dikeluarkan dalam melakukan kegiatan suatu usaha, dengan satuan rupiah per musim panen (Rp/Musim Panen).
7. R/C Ratio adalah metode yang digunakan untuk menganalisa suatu usaha sehingga diperoleh nilai besaran yang menentukan layak atau tidaknya suatu usaha tersebut dijalankan.

8. Net B/C ratio yaitu membagi jumlah nilai sekarang aliran kas manfaat bersih positif dengan jumlah nilai sekarang aliran kas manfaat bersih negatif pada tahun-tahun awal proyek.
9. Pemasaran adalah proses aliran barang dari produsen ke konsumen akhir yang disertai penambahan guna tempat melalui proses pengangkutan dan guna waktu melalui proses penyimpanan.
10. Biaya pemasaran adalah biaya yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dalam menyalurkan produk dari produsen ke konsumen akhir, dengan satuan rupiah (Rp).
11. *Share margin* adalah persentase harga jual terhadap harga beli konsumen akhir, dinyatakan dalam persen (%).
12. Efisiensi pemasaran adalah nisbah antara biaya yang dikeluarkan untuk memasarkan tiap unit produk dibagi dengan nilai produk yang dipasarkan, dinyatakan dalam persen (%).

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis dan Luas Daerah

Desa Silo Baru termasuk dalam wilayah Kecamatan Silau Laut, kabupaten Asahan yang memiliki luas wilayah 31,50 km² atau 24,73% dari total luas Kecamatan Silau Laut yang mencapai 12.738 Ha dan terdiri dari 11 dusun. Desa Silo Baru memiliki laut yang cukup luas dengan panjang 7,2 km. Secara administratif, batas wilayah Desa Silo Baru adalah sebagai berikut :

- Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Batu Bara
- Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Selat Malaka
- Sebelah Selatan berbatasan dengan Desa Pematang Sei Baru
- Sebelah Barat berbatasan dengan Desa Silo Bonto

Desa Silo Baru menuju Kecamatan Silau Laut dapat ditempuh dengan perjalanan lebih kurang 8 km dari kantor Camat Silau Laut. Di sepanjang pinggiran pantai ditumbuhi oleh hutan mangrove atau hutan bakau yang cukup luas dengan ketebalan 100-300 meter. Ketinggian tanah Desa Silo Baru dari permukaan laut antara 0-4 meter dengan jenis tanah pada umumnya adalah tanah liat putih dan tanah liat merah.

Keadaan Penduduk

Desa Silo Baru mempunyai jumlah penduduk 2.961 jiwa yang terdiri dari laki-laki 1.541 jiwa, perempuan 1.420 jiwa dan 685 KK yang terbagi dalam 11 dusun. Dilihat dari keragaman suku bangsa, penduduk Desa Silo Baru dikelompokkan dalam 5 suku bangsa yang dominan. Rincian penduduk menurut suku bangsa dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1. Distribusi Jumlah penduduk Menurut Suku Bangsa di Desa Silo Baru

No	Suku	Jumlah (jiwa)	Persentase (%)
1	Melayu	510	17,3
2	Jawa	990	33,4
3	Batak	803	27,1
4	Banjar	616	20,9
5	Aceh	21	0,7
6	Lain-lain	18	0,6
Jumlah		2.961	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Silo Baru, 2016

Dari Tabel 1 diatas dapat diketahui bahwa suku bangsa jawa merupakan jumlah penduduk terbanyak di Desa Silo Baru dengan tingkat persentase 33,4 %, sedangkan suku bangsa lainna yang tidak disebutkan merupakan jumlah penduduk terkecil dengan tingkat persentase 0,6%. Jumlah penduduk apabila dikelompokkan berdasarkan umur, maka dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2. Disribusi Jumlah penduduk Menurut Usia di Desa Silo Baru

No	Umur (Tahun)	Jumlah(jiwa)	Presentase (%)
1	0 – 6	487	16,4
2	7 – 18	944	31,9
3	19 – 44	959	32,4
4	> 44	571	19,3
Jumlah		2.961	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Silo Baru, 2016

Dari data Tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa jumlah penduduk paling banyak pada kelompok umur 19-44 tahun yaitu 959 jiwa atau sekitar 32,4% dari total jumlah penduduk di Desa Silo Baru, sedangkan kelompok umur penduduk yang jumlahnya paling sedikit adalah 0 – 6 tahun dengan tingkat persentasi 16,4%. Hal ini menunjukkan bahwa penduduk terbanyak di Desa Silo Baru masih dalam keadaan umur yang masih produktif, artinya lebih mampu dalam bekerja atau kegiatan usaha lainnya. Sementara distribusi penduduk Desa Silo Baru menurut mata pencaharian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Distribusi Jumlah penduduk Menurut Mata Pencaharian di Desa Silo Baru

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah(jiwa)	Presentase (%)
1	Petani	215	15,6
2	Buruh Tani	120	8,7
3	Nelayan	437	31,8
4	Buruh Nelayan	154	11,2
5	Pedagang	49	3,6
6	Industri/Kerajinan	102	7,4
7	Angkutan	3	0,2
8	PNS	6	0,4
9	Jasa Lainnya	289	21
Jumlah		1.375	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Silo Baru, 2016

Pada Tabel diatas dapat diketahui bahwa mata pencaharian paling banyak di Desa Silo Baru adalah nelayan sebesar 437 jiwa dengan tingkat persentase 31,8%. Hal ini sebab daerah tersebut merupakan daerah yang sangat dekat dengan laut. Penduduk Desa Silo Baru menurut tingkat pendidikan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Distribusi Jumlah penduduk Menurut Tingkat Pendidikan di Desa Silo Baru

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah(jiwa)	Presentase (%)
1	Pra Sekolah	274	9,7
2	SD	647	22,9
3	SMP	1100	39
4	SMA	800	28,3
5	Sarjana	3	0,1
Jumlah		2.824	100

Sumber : Kantor Kepala Desa Silo Baru, 2016

Dari Tabel 4 dapat dilihat bahwa penduduk Desa Silo Baru memiliki tingkat pendidikan paling banyak yaitu pada tingkat Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 1100 jiwa dengan tingkat persentase 39%, sedangkan tingkat pendidikan dengan jumlah penduduk terkecil adalah pendidikan penduduk yang sudah sarjana yaitu 3 jiwa dengan tingkat persentase 0,3%. Hal ini menunjukkan bahwa ketertarikan penduduk masih sangat lemah dalam dunia pendidikan.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana di suatu daerah maka akan mempercepat laju pembangunan dalam berbagai sektor yang diperlukan. Sarana dan prasarana di Desa Silo Baru masih belum memiliki jumlah yang cukup dalam membangun perkembangan suatu desa. Hal ini dapat dilihat dari jenis-jenis sarana yang tersedia baik sarana pendidikan, Ibadah, kesehatan, dan pasar yang cukup memadai. Secara rinci sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Silo Baru dapat dilihat pada Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Sarana dan Prasarana di Desa Silo Baru Tahun 2016

No	Sarana dan Prasarana	Unit
1.	Sekolah	
	a. PAUD	1
	b. SD	2
	c. MI	4
	d. SMP	2
	e. SLTA	2
2.	Kesehatan	
	a. Puskesmas Pembantu	1
	b. Posyandu	6
3	Tempat Ibadah	
	a. Masjid	3
	b. Musholla	7
4.	Pasar Semi Permanen	1

Sumber : Kantor Kepala Desa Silo Baru, 2016

Dari Tabel 5 dapat dilihat sarana pendidikan di Desa Silo Baru masih kurang memadai karena penyediaan sarana pendidikan dan kesehatan masih sangat sedikit sehingga menghambat masyarakat setempat dalam menciptakan penduduk yang mempunyai pendidikan tinggi dan memiliki kesehatan baik dalam bersosialisasi. Penduduk desa yang menganut agama islam dapat dibuktikan dengan banyaknya jumlah mesjid dan musholla di Desa Silo Baru tersebut.

Karakteristik Umum Responden

Responden dalam penelitian yang dilakukan adalah peternak lebah madu *Apis mellifera* dan lembaga pemasaran yang terkait dalam proses distribusi madu sampai penjualan kepada konsumen akhir. Karakteristik peternak lebah madu dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini :

Tabel 6. Karakteristik Peternak Lebah Madu di Desa Silo Baru

No	Karakteristik Petani Sample	Range	Rata-rata
1	Pengalaman Usaha (tahun)	9– 12	10
2	Tingkat pendidikan (tahun)	9 – 12	9
3	Umur (tahun)	48 – 51	50
4	Jumlah tanggungan (jiwa)	3 – 5	4

Sumber: Data pimer diolah, 2017

Rata-rata pengalaman peternak lebah madu di Desa Silo Baru adalah 10 tahun, hal ini menunjukkan bahwa pengalaman responden sudah cukup lama dalam melakukan kegiatan usaha ternak lebah madu. Rata-rata tingkat pendidikan peternak adalah 9 tahun atau setara dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan peternak lebah madu masih tergolong rendah sehingga mempengaruhi cara budidaya ternak lebah madu. Rata-rata umur peternak lebah madu adalah 51 tahun yang menunjukkan bahwa pengusaha ternak tergolong usia yang produktif dalam melakukan kegiatan suatu usaha.

Karakteristik Responden Pedagang Pengecer

Pedagang pengecer adalah pedagang yang membeli produk madu dari peternak madu di Desa Silo Baru dan kemudian dijual kepada konsumen akhir. Kegiatan lembaga pemasaran diakui peternak lebah madu memiliki peran penting untuk memenuhi penjualan hasil produksi dari kegiatan usaha ternak yang sudah dilakukan. Karakteristik pedagang pengecer dalam mendistribusikan produk madu ke konsumen akhir dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7. Karakteristik Pedagang Pengecer Lebah Madu di Desa Silo Baru

No	Uraian	Range	Rataan
1	Pengalaman Usaha (Tahun)	6 – 11	8
2	Lama Pendidikan (Tahun)	9 – 12	9
3	Umur /Usia (Tahun)	44 – 51	48
4	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	2 – 5	3

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 7 dapat dilihat rata-rata pengalaman usaha sebagai pedagang pengecer madu adalah 8 tahun dengan range antara 6–11 tahun. Lama pendidikan pedagang pengecer memiliki rata-rata sebesar 9 tahun atau setara dengan tingkat pendidikan SMP. Umur pedagang pengecer produk madu di Desa Silo Baru mempunyai rata-rata sebesar 48 tahun dengan range antara 44-51 tahun, sedangkan jumlah tanggungan keluarga pedagang pengumpul memiliki rata-rata sebanyak 3 jiwa dengan range 3-5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang pengumpul masih dapat memberikan jasa dalam memasarkan produk madu yang dihasilkan pengusaha ternak lebah madu di Desa Silo Baru berdasarkan usia yang masih produktif dan pengalaman usaha yang mendasari perolehan informasi atau akses penjualan lebah madu ke konsumen akhir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Kelayakan Usaha Ternak Lebah Madu (*Apis Mellifera*)

Suatau kegiatan usaha dikatakan layak untuk dijalankan jika penerimaan maupun penerimaan dari hasil produksi yang diperoleh lebih besar daripada biaya produksi yang dikeluarkan. Pada usaha lebah madu di Desa Silo Baru, terdapat kegiatan musim panen yang dilakukan sekali dalam 2 bulan untuk memperoleh hasil yang lebih baik. Untuk itu, diperlukan analisis biaya-biaya variabel dan biaya tetap pada proses kegiatan produksi sampai menghasilkan madu pada kegiatan usaha ternak di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut. Rincian biaya-biaya produksi dapat diketahui berdasarkan tabel berikut ini :

Tabel 8. Rat-Rata Biaya Produksi Lebah Madu *Apis mellifera* per Musim

Komponen	Rata-Rata Jumlah Biaya (Rp/Musim)
Biaya Tetap	
Biaya Pembelian Paket (Stup)	250.000
Biaya Penyusutan Alat	141.184
Biaya Variabel	
Biaya Tenaga Kerja	685.625
Total	1.076.809

Sumber : Data primer diolah, 2017

Dari hasil tabel diatas diperoleh rata-rata total biaya pada kegiatan ternak masu jenis *Apis mellifera* di daerah penelitian sebesar Rp 1.076.809 per musim. Pengeluaran biaya pembelian lebah dalam satu paket (Stup) hanya dilakukan pada awal kegiatan usaha ternak dilakukan. Hal ini bertujuan untuk menarik perhatian lebah lain ke dalam kotak dan bersarang di dalam kotak tersebut. Peternak lebah madu memutuskan untuk tidak memberikan makanan ataupun penanganan khusus terhadap lebah untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal. Hal ini disebabkan

karena adanya keterbatasan modal dan di daerah penelitian juga terdapat hutan yang masih alami dan memiliki tanaman berbunga yang cukup bagus, sehingga tidak mempersulit lebah dalam mencari makanan.

Penerimaan Usaha Ternak Lebah Madu *Apis mellifera*

Penerimaan diperoleh dengan melihat seberapa besar kuantitas suatu produk dikalikan dengan harga jual yang dikeluarkan. Semakin besar penerimaan yang diperoleh maka pendapatan akan semakin meningkat jika penggunaan biaya dilakukan secara efisien. Rata-rata jumlah produksi yang dilakukan oleh peternak lebah madu di Desa Silo Baru adalah 50 Botol/Musim dan harga jual yang untuk ukuran botol 200ml adalah Rp 60.000, sehingga diperoleh nilai rata-rata penerimaan sebagai berikut :

$$TR = P \times Q$$

$$TR = \text{Rp } 60.000/\text{Botol} \times 49,5 \text{ Botol/Musim}$$

$$TR = \text{Rp } 2.970.000/\text{Musim}$$

Pendapatan Usaha Ternak Lebah Madu *Apis mellifera*

Pendapatan diperoleh dari selisih penerimaan dengan total biaya produksi yang dikeluarkan dalam waktu tertentu sehingga dapat menentukan apakah suatu usaha tersebut masih bisa dijalankan kembali untuk memperoleh keuntungan yang lebih maksimal. Dari perhitungan di atas diperoleh nilai rata-rata total biaya sebesar Rp 1.076.809/Musim dan nilai rata-rata penerimaan sebesar Rp 2.970.000/Musim, sehingga diperoleh pendapatan peternak lebah madu sebagai berikut :

$$I = TR - TC$$

$$I = \text{Rp } 2.970.000/\text{Musim} - \text{Rp } 1.076.809/\text{Musim}$$

$$I = \text{Rp } 1.893.191/\text{Musim}$$

Rata-rata pendapatan yang diperoleh peternak lebah madu *Apis mellifera* di Desa Silo Baru adalah Rp 1.893.191/Musim. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan usaha ternak yang dilakukan oleh pengusaha ternak di daerah penelitian memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan ekonomi baik individu maupun keluarga.

Kelayakan Usahatani Ternak Lebah Madu *Apis mellifera*

Suatu usahatani dapat dikatakan layak untuk diusahakan jika pemilik usahatani memperoleh keuntungan yang maksimal dari usaha yang dikelolanya. Manajemen yang baik sangat dibutuhkan dalam pelaksanaannya mulai dari modal, tenaga kerja, pemeliharaan dan pemasaran yang baik akan mendukung terciptanya usaha yang layak dan efisien.

Diperluakan analisis kelayakan usaha ternak madu di daerah penelitian untuk mengetahui bagaimana tingkat kelayakan usaha tersebut yang dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana kelayakan usaha tersebut, dapat menggunakan metode *R/C ratio* (*Revenue Cost Ratio*) dan *B/C Ratio* (*Benefit Cost Ratio*). Hasil perhitungan kelayakan dengan menggunakan *R/C Ratio* dapat diketahui sebagai berikut :

$$R/C = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}}$$

$$R/C = \frac{\text{Rp } 2.970.000/\text{Musim}}{\text{Rp } 1.076.809/\text{Musim}}$$

$$R/C = 2,76$$

Berdasarkan rata-rata jumlah penerimaan yang diperoleh dan rata-rata total biaya yang dikeluarkan maka diperoleh nilai R/C sebesar 2,76. Nilai R/C yang bernilai > 1 menyatakan bahwa kegiatan usaha ternak lebah madu di daerah penelitian layak untuk dijalankan. Hal ini disebabkan karena produksi yang dihitung sekarang merupakan produksi dalam 2 bulan dan dalam setahun dapat melakukan pemanenan sebanyak 6 kali, sehingga kegiatan ini akan memberikan pendapatan yang cukup besar untuk tiap tahunnya. Produk jenis madu sudah lama digemari oleh masyarakat, untuk itu diperlukan penanganan khusus dalam penentuan harga yang lebih baik dalam peningkatan pendapatan petani.

Untuk menghitung nilai manfaat dari keuntungan yang diperoleh pada kegiatan usaha ternak lebah madu, maka diperlukan analisis kelayakan dengan menggunakan metode B/C Ratio, sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

$$B/C = \frac{\text{Keuntungan}}{\text{Total Biaya}}$$

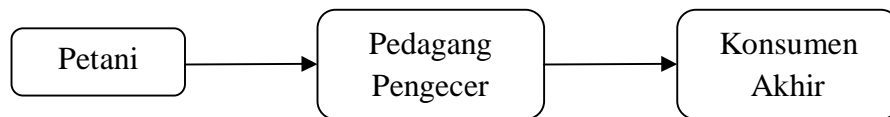
$$B/C = \frac{\text{Rp 1.893.191/Musim}}{\text{Rp 1.076.809/Musim}}$$

$$B/C = 1,76$$

Berdasarkan keuntungan yang diperoleh dibagi dengan total biaya yang dikeluarkan pada kegiatan produksi maka diperoleh hasil B/C Ratio sebesar 1,76. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0 sehingga dapat dikatakan kegiatan usaha ternak lebah madu yang dilakukan peternak memiliki manfaat yang sangat baik dalam peningkatan pendapatan peternak dalam mencukupi kebutuhan keluarga. Selain itu, kegiatan ini memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar karena dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang membutuhkan.

B. Sistem Pemasaran Madu *Apis mellifera* Di Desa Silo Baru

Proses pemasaran madu yang dilakukan peternak lebah madu di Desa Silo Baru hanya melibatkan pedagang pengecer saja. Peternak belum memiliki akses dalam memasarkan produk secara luas akibat keterbatasan modal dan informasi. Dari hasil penelitian diperoleh saluran pemasaran madu dari peternak lebah madu kepada pedagang pengecer dan selanjutnya penjualan langsung kepada konsumen akhir. Rincian tentang saluran pemasaran madu dapat dijelaskan berdasarkan gambar berikut ini :



Gambar 2. Saluran Pemasaran I Produk Madu di Desa Silo Baru

Pola pemasaran yang semakin pendek, akan memberikan tingkat efisiensi pemasaran yang semakin baik. Jika rantai pemasaran yang digunakan peternak semakin pendek, maka keterlibatan lembaga pemasaran dapat memberikan peningkatan terhadap pendapatan pengusaha ternak lebah madu di daerah penelitian. Peternak memiliki keterbatasan terhadap akses pemasaran produk madu karena kurangnya pengetahuan tentang informasi pasar dan jaringan pemasaran yang tidak diketahui secara pasti oleh peternak, sehingga tidak memilih untuk mengambil resiko memasarkan produk di luar daerah. Untuk itu dengan adanya keberadaan pedagang pengecer ini, maka akan memberikan dampak yang cukup baik dalam menjual hasil produksi pada kegiatan usaha ternak lebah madu jenis *Apis mellifera* di Desa Silo Baru.

C. *Share Margin* dan Efisiensi Pemasaran Madu Di Desa Silo Baru

Kegiatan distribusi terhadap suatu produk membutuhkan biaya yang harus dikeluarkan. Hal ini dilakukan untuk menunjang kelangsungan dan proses tercapainya penjualan sesuai target untuk masing-masing lembaga pemasaran. Di Desa Silo Baru, terdapat lembaga pemasaran berupa pedagang pengecer dalam mendistribusikan produk madu kepada konsumen akhir. Rincian untuk biaya saluran pemasaran pada produk madu di daerah penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 9. Biaya Saluran Pemasaran Produk Madu Di Desa Silo Baru

Lembaga dan Komponen Biaya Pemasaran	Biaya (Rp/Kg)	Distribusi Margin (%)	Share Harga (%)
A. Peternak	-	-	-
• Harga Jual	60.000	-	80
B. Pedagang Pengecer	-	-	-
• Harga Beli	60.000	-	-
• Packing	2.275	15,17	3,03
• Tenaga Kerja	1.252	8,34	1,7
• Transportasi	1.894	12,63	2,52
• Biaya Penyusutan Bobot	4.541	30,27	6,05
• Total Biaya Pemasaran	9.962	66,41	13,3
• Harga Jual ke Konsumen Akhir	75.000	-	100
• Keuntungan (Rp)	5.038	33,58	-
C. Total Margin Pemasaran	15.000	-	-

Sumber : Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa secara rata-rata biaya pemasaran yang dikeluarkan pedagang pengecer adalah Rp 9.962/Botol, harga beli dari peternak madu sebesar Rp 60.000/Botol dan harga jual pedagang pengecer sebesar Rp 75.000/Botol, maka keuntungan yang diperoleh pedagang pengecer adalah Rp 5.038/Botol. Profit yang diperoleh pedagang pengecer tidak terlepas dari modal usaha dan informasi jaringan pembelian madu yang ditujukan kepada konsumen akhir, sehingga pedagang pengecer mempunyai kesempatan dalam

menekan harga madu untuk dapat menutupi biaya pemasaran dan perolehan keuntungan dari distribusi produk madu tersebut.

Perhitungan *Share Margin* digunakan untuk mengetahui tingkat harga yang digunakan peternak dalam memasarkan produknya. Jika persentase *share margin* lebih tinggi maka semakin efisien keputusan harga yang digunakan peternak dalam memasarkan produk madu tersebut. Rincian perhitungan *share margin* adalah sebagai berikut

$$\text{Share Margin} = \frac{\text{Rp } 60.000/\text{Kg}}{\text{Rp } 75.000/\text{Kg}} \times 100 \%$$

$$\text{Share Margin} = 80 \%$$

Hasil perhitungan diperoleh bahwan nilai *Share Margin* sebesar 80%, artinya penentuan besaran harga jual yang dilakukan peternak termasuk dalam kategori efisien, karena dengan penetapan nilai harga jual madu sebesar Rp 60.000/Botol, maka akan memberikan kesempatan dalam peningkatan pendapatan peternak dalam kegiatan usaha ternak lebah madunya. Dikatakan efisien jika harga jual peternak lebah madu lebih dari atau sama dengan 40% dari harga beli di tingkat konsumen akhir.

Untuk mengetahui efisiensi pemasaran yang pada saluran pemasaran madu di Desa Silo Baru, maka diperlukan perhitungan pada tingkat efisiensi (EP) dari pemasaran yang ada. Nilai efisiensi pemasaran madu dapat diketahui pada rumus berikut ini :

$$\text{EP} = \frac{\text{Total Biaya Pemasaran}}{\text{Total Nilai Produksi}} \times 100\%$$

$$EP = \frac{Rp\ 9.962/Kg}{Rp\ 75.000/Kg} \times 100\%$$

$$EP = 13,28$$

Dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai efisiensi pemasaran sebesar 13,28%. Nilai efisiensi yang semakin kecil menunjukkan bahwa penggunaan saluran pemasaran untuk distribusi produk madu dapat dikatakan semakin efisien karena adanya perbandingan total biaya pemasaran yang rendah dengan harga jual kepada konsumen akhir. Penggunaan rantai pemasaran yang pendek dalam menyalurkan suatu produk akan memberikan tingkat efisiensi pemasaran yang semakin baik. Proses pemasaran madu di Desa Silo Baru hanya menggunakan jasa pedagang pengecer saja, sehingga ini mengakibatkan tingkat efisiensi pemasaran produk madu yang semakin baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Analisis kelayakan dengan menggunakan metode R/C Ratio diperoleh nilai sebesar 2,76. Nilai R/C yang bernilai > 1 menyatakan bahwa kegiatan usaha ternak lebah madu di daerah penelitian layak untuk dijalankan. Untuk analisis kelayakan dengan metode B/C Ratio diperoleh nilai sebesar 1,76. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih besar dari 0 sehingga dapat dikatakan kegiatan usaha ternak lebah madu yang dilakukan peternak memiliki manfaat yang sangat baik dalam peningkatan pendapatan peternak dalam mencukupi kebutuhan keluarga.
2. Sistem pemasaran produk madu di Desa Silo Baru hanya menggunakan jasa lembaga pemasaran berupa pedagang pengecer. Hal ini memberikan kesempatan bahwa jika semakin pendek rantai pemasaran produk yang dipakai peternak dalam memasarkan produknya maka semakin besar kemungkinan peningkatan pendapatan yang diterima oleh peternak lebah madu di Desa Silo Baru, Kecamatan Silau Laut.
3. Dari hasil analisis perbandingan harga jual peternak dengan harga beli yang diterima konsumen akhir, diperoleh nilai *Share Margin* sebesar 80% dan nilai efisiensi pemasaran diperoleh 13,28%, artinya penggunaan lembaga pemasaran yang terjadi termasuk dalam kategori efisien, karena rantai pemasaran yang ada masih antara peternak, pedagang pengecer, dan konsumen akhir.

Saran

1. Kepada peternak lebah madu *Apis mellifera* sebaiknya melakukan pemeliharaan secara rutin baik penyediaan makanan dan yang lainnya, sehingga diharapkan nantinya dapat meningkatkan pendapatan yang lebih maksimal.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya melakukan kajian lebih mendalam tentang faktor-faktor pendukung dalam kegiatan usahatani lebah madu. Hal ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut permasalahan apa yang mempengaruhi peternak dalam proses pemeliharaan lebah madu yang masih menggunakan cara tradisional.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Karakteristik Pengusaha Ternak Lebah Madu *Apis mellifera*

No empel	Umur (Tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah Tanggung Tanggungan (Jiwa)	Status Kepemilikan
1	48	SMA	6	3	Milik Sendiri
2	52	SMP	8	5	Milik Sendiri
3	50	SMP	8	4	Milik Sendiri
4	51	SMP	9	4	Milik Sendiri
5	48	SMP	5	3	Milik Sendiri
6	50	SMP	9	3	Milik Sendiri
7	49	SMA	7	3	Milik Sendiri
8	51	SMP	7	5	Milik Sendiri
Jumlah	399	-	59	30	-
Wawancara	57	-	8	4	-

Sumber : Data primer diolah, 2017

Lampiran 2. Biaya Variabel per Musim

No empel	Pemeliharaan (HKO)			Pemanenan (HKO)			Total Biaya (Rp/Musim Panen)
	Jumlah (Jiwa)	Upah (Rp)	Total Biaya (Rp)	Jumlah (Jiwa)	Upah (Rp)	Biaya (Rp)	
1	1	600000	600000	1	75000	75000	675000
2	1	650000	650000	1	80000	80000	730000
3	1	600000	600000	1	75000	75000	675000
4	1	600000	600000	1	75000	75000	675000
5	1	550000	550000	1	70000	70000	620000
6	1	600000	600000	2	80000	160000	760000
7	1	600000	600000	1	75000	75000	675000
8	1	600000	600000	1	75000	75000	675000
Jumlah	8	4800000	4800000	9	605000	685000	5485000
Wawancara	1	600000	600000	1	75625	85625	685625

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 3. Jumlah Peralatan

Nomor Sampel	Kotak /Stup (Unit)	Pisau (Unit)	Pengungkit (Unit)	Topi (Unit)	Masker (Unit)	Drum (Unit)	Ember (Unit)	Sarung Tangan (Unit)	Sarung Tangan (Unit)
1	150	5	5	3	5	9	4	3	3
2	250	6	6	4	6	12	5	4	4
3	200	4	5	3	5	8	4	3	3
4	200	5	5	3	5	9	4	3	3
5	150	4	4	3	4	7	3	3	3
6	250	7	7	4	6	13	5	4	5
7	200	5	6	3	5	9	3	3	3
8	200	4	5	3	4	8	4	3	3
Jumlah	1600	40	43	26	40	75	32	26	27
rata-rata	200	5	5	3	5	9	4	3	3

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 4. Biaya Peralatan Berdasarkan Jumlah

Nomor Sampel	Kotak (Rp)	Pisau (Rp)	Pengungkit (Unit)	Topi (Unit)	Masker (Unit)	Drum (Unit)	Ember (Unit)	Sarung Tangan (Unit)
1	11250000	40000	75000	30000	25000	450000	32000	30000
2	18750000	48000	90000	40000	30000	600000	40000	40000
3	15000000	32000	75000	30000	25000	400000	32000	30000
4	15000000	40000	75000	30000	25000	450000	32000	30000
5	11250000	32000	60000	30000	20000	350000	24000	30000
6	18750000	56000	105000	40000	30000	650000	40000	40000
7	15000000	40000	90000	30000	25000	450000	24000	30000
8	15000000	32000	75000	30000	20000	400000	32000	30000
Jumlah	120000000	320000	645000	260000	200000	3750000	256000	260000
rata-rata	15000000	40000	80625	32500	25000	468750	32000	32500

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 5. Biaya Penyusutan Alat

Nomor Sampel	Kotak			Pisau		
	Biaya Alat (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)	Biaya Alat (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)
1	11250000	120	93750	40000	36	1111
2	18750000	120	156250	48000	36	1333
3	15000000	120	125000	32000	36	889
4	15000000	120	125000	40000	36	1111
5	11250000	120	93750	32000	36	889
6	18750000	120	156250	56000	36	1556
7	15000000	120	125000	40000	36	1111
8	15000000	120	125000	32000	36	889
Jumlah	120000000	960	1000000	320000	288	8889
Rata-rata	15000000	120	125000	40000	36	1111

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 6. Biaya Penyusutan Alat

Nomor Sampel	Masker			Drum		
	Biaya Alat (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)	Biaya Alat (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)
1	25000	36	694	450000	60	7500
2	30000	36	833	600000	60	10000
3	25000	36	694	400000	60	6667
4	25000	36	694	450000	60	7500
5	20000	36	556	350000	60	5833
6	30000	36	833	650000	60	10833
7	25000	36	694	450000	60	7500
8	20000	36	556	400000	60	6667
Jumlah	200000	288	5556	3750000	480	62500
Rata-rata	25000	36	694	468750	60	7813

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 7. Biaya Penyusutan Alat

Nomor Sampel	Ember			Sarung Tangan			
	Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)	Biaya (Rp)	Umur Ekonomis (Bulan)	Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)	Biaya Alat (Rp)
1	32000	36	889	30000	24	1250	30000
2	40000	36	1111	40000	24	1667	40000
3	32000	36	889	30000	24	1250	30000
4	32000	36	889	30000	24	1250	30000
5	24000	36	667	30000	24	1250	30000

6	40000	36	1111	40000	24	1667	50000
7	24000	36	667	30000	24	1250	30000
8	32000	36	889	30000	24	1250	30000
mlah	256000	288	7111	260000	192	10833	270000
ntaan	32000	36	889	32500	24	1354	33750

iber : Data primer diolah, 2017

apiran 6. Total Biaya Penyusutan Alat per Musim

omor mpel	Kotak /Stup (Rp)	Pisau (Rp)	Pengungkit(Unit)	Topi (Unit)	Masker (Unit)	Drum (Unit)	Ember (Unit)	Sarung Tangan (Unit)	Sari Madu
1	93750	1111	2083	625	694	7500	889	1250	12
2	156250	1333	2500	833	833	10000	1111	1667	16
3	125000	889	2083	625	694	6667	889	1250	12
4	125000	1111	2083	625	694	7500	889	1250	12
5	93750	889	1667	625	556	5833	667	1250	12
6	156250	1556	2917	833	833	10833	1111	1667	20
7	125000	1111	2500	625	694	7500	667	1250	12
8	125000	889	2083	625	556	6667	889	1250	12
mlah	1000000	8889	17917	5417	5556	62500	7111	10833	112
ntaan	125000	1111	2240	677	694	7813	889	1354	14

iber : Data primer diolah, 2017

Diagram 7. Biaya Pembelian Lebah

Nomor Ampel	Jumlah pembelian (Paket)	Koloni lebah		
		Pekerja/Pejantan	Ratu	Biaya Pembelian Paket (Rp)
1	1	55000	1	250000
2	1	55000	1	250000
3	1	55000	1	250000
4	1	55000	1	250000
5	1	55000	1	250000
6	1	55000	1	250000
7	1	55000	1	250000
8	1	55000	1	250000
Jumlah	8	440000	8	2000000
rata-rata	1	55000	1	250000

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 8. Total Biaya Tetap per Musim

Nomor Ampel	Biaya Pembelian Paket (Rp)	Total Biaya Penyusutan (Rp/Bulan)	Total Biaya Tetap (Rp/Musim)
1	250000	109153	359153
2	250000	176194	426194
3	250000	139347	389347
4	250000	140403	390403
5	250000	106486	356486
6	250000	178083	428083
7	250000	140597	390597
8	250000	139208	389208
Jumlah	2000000	1129472	3129472
rata-rata	250000	141184	391184

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 9. Total Biaya Produksi per Musim

Nomor ampel	Biaya Tetap (Rp/Musim)	Biaya Tidak Tetap (Rp/Musim)	Total Biaya Produksi (Rp/Musim)
1	359153	675000	1034153
2	426194	730000	1156194
3	389347	675000	1064347
4	390403	675000	1065403
5	356486	620000	976486
6	428083	760000	1188083
7	390597	675000	1065597
8	389208	675000	1064208
Jumlah	3129472	5485000	8614472
Rata-rata	391184	685625	1076809

Sumber : Data primer diolah, 2017

Diagram 10. Total Pendapatan per Musim

Nomor ampel	Penerimaan (Rp/Musim)	Total Biaya Produksi (Rp/Musim)	Total Pendapatan (Rp/Musim)
1	3000000	1034153	1965847
2	3240000	1156194	2083806
3	3000000	1064347	1935653
4	2880000	1065403	1814597
5	2760000	976486	1783514
6	3000000	1188083	1811917
7	3000000	1065597	1934403
8	2880000	1064208	1815792
Jumlah	23760000	8614472	15145528
Rata-rata	2970000	1076809	1893191

Sumber : Data primer diolah, 2017

piran 11. Karakteristik Pedagang Pengecer Pada Produk Madu

mor Sampel	Umur (tahun)	Tingkat Pendidikan (Tahun)	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah Tanggungan (Jiwa)	Tujuan Penjualan
1	50	SMP	10	5	Konsumen Akhir
2	45	SMA	6	3	Konsumen Akhir
3	46	SMP	7	3	Konsumen Akhir
4	49	SMA	7	3	Konsumen Akhir
5	51	SMP	11	4	Konsumen Akhir
6	44	SMP	8	2	Konsumen Akhir
Jumlah	285	-	49	20	-
Rata-rata	48	-	8	3	-

ber : Data primer diolah, 2017

piran 12. Biaya Saluran Pemasaran I (Rp/Botol/Musim)

mor	Umur (tahun)	Vulume Pembelian (botol)	Harga Beli (Rp/Botol)	Packing (Rp/botol)	Tenaga Kerja (Rp/Botol)	Transportasi (Rp/Botol)	Penyusutan Bobot (Rp/Botol)	Total Biaya Pemasaran (Rp/Botol)	Harga Jual (Rp/Botol)	Profit (Rp/B)
1	50	45	60000	2222	1222	2222	4000	9667	75000	533
2	45	42	60000	2381	1310	1905	4286	9881	75000	511
3	46	44	60000	2273	1250	1818	5455	10795	75000	420
4	49	46	60000	2174	1196	1739	5217	10326	75000	467
5	51	45	60000	2222	1222	1778	4000	9222	75000	577
6	44	42	60000	2381	1310	1905	4286	9881	75000	511
mla h	285	264	360000	13653	7509	11367	27243	59772	450000	302
taan	48	44	60000	2275	1252	1894	4541	9962	75000	503

ber : Data primer diolah, 2017

DAFTAR PUSTAKA

- Adalina, T. 2008. *Analisis Finansial Usaha Lebah Madu Apis mellifera L.* Pusat Litbang Hutan dan Konservasi Alam. Bogor.
- Alma, 2000. *Manajemen Pemasaran : Dasar, Konsep, dan Strategi.* PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Badan Pusat Statistik. 2015. *Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Asahan.* Badan Pusat Statistik. Sumatera Utara.
- Daniel, M. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi Peternakan.* Penerbit Bumi Aksara. Jakarta.
- Downey W. D. dan S. P Erikson, 1992. *Manajemen Agribisnis.* Edisi Kedua Erlangga. Jakarta.
- Edmond, J. 2014. *Analisis Finansial Usaha Lebah Madu.* Skripsi. Universitas Sam Ratulangi. Maluku Utara.
- Hammad, S. 2012. *99 Resep Sehat dengan Madu.* Aqwam Book. Solo.
- Hanum, F. 2007. *Analisis Sistem Pemasaran Produk Lebah Madu PT. Madu Pramuka Cibubur Jakarta Timur.* Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Kasmir dan Jakfar. 2003. *Studi Kelayakan Bisnis.* Kencana Prenada Media. Jakarta.
- Mubyarto. 1997. *Pengantar Ekonomi Pertanian.* Cetakan keempat. LP3ES. Jakarta.
- Pusat Pengembangan Apiari Pramuka. 2003. *Pengobatan Alternatif Sengat Lebah (Kultifar Apipuncture).* PPAP. Jakarta.
- Rahadi, F dan Hartono, R. 2003. *Agribisnis Peternakan.* Penebar Swadaya. Jakarta.
- Ranupandojo. 1990. *Manajemen Personalialia.* BPFE. Yogyakarta.
- Sarwono, B. 2001. *Kiat Mengatasi Permasalahan Praktis Lebah Madu.* PT Agro Media Pustaka. Jakarta.
- Saragih B. 2000. *Agribisnis Berbasis Peternakan.* Pustaka Wirausaha Muda, Bogor.
- Sihombing, D.T.H. 2005. *Ilmu Ternak Lebah Madu.* Gajah Mada University Press. Yogyakarta.
- Simamora, H. 2001. *Manajemen Pemasaran Internasional.* Jilid II. Salemba Empat. Jakarta.

- Soekartawi. 2002. *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran Pertanian Teori dan Aplikasinya*. Penerbit PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- _____. 2003. *Prinsip Ekonomi Pertanian*. Rajawali Press Jakarta.
- _____. 2006. *Analisis Usahatani*. Penerbit Universitas Indonesia, Jakarta.
- Sudiyono, A. 2004. *Pemasaran Pertanian*. Universitas Muhammadiyah Malang. Malang.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Alfabeta. Bandung.
- Sumoprastowo, R.M. dan R.A. Suprpto. 1993. *Beternak Lebah Madu Modern*. PT Bharata Karya Aksara. Jakarta.
- Swastha dan Sukotjo. 1997. *Pengantar Bisnis Modern*. Penerbit Liberty. Yogyakarta.