

P-8

**MODEL BISNIS DAN RANTAI NILAI MADU TRIGONA
DI ERA COVID 19 STUDI KASUS DI LOMBOK UTARA
NUSA TENGGARA BARAT**

**ANALYSIS OF BUSINESS MODEL AND VALUE CHAIN OF
TRYGONA HONEY IN THE TIME OF PANDEMIC COVID 19
A CASE STUDY IN NORTH LOMBOK WEST NUSA TENGGARA**

Kholil¹, Nafiah Ariani², Aris Budy Setiawan³

¹Fakultas Teknik, Universitas Sahid, Jakarta

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sahid, Jakarta

³Progam Diploma Bisnis, Universitas Gunadarma, Jakarta

*E-mail: kholil@usahid.ac.id

Diterima 25-10-2021	Diperbaiki 28-10-2021	Disetujui 06-11-2021
---------------------	-----------------------	----------------------

ABSTRAK

Pandemi Covid 19 berdampak sangat serius bagi seluruh aktivitas produktif masyarakat khususnya di Lombok Nusa Tenggara Barat, karena masyarakat yang belum pulih dari gempa pada Juli 2018, mereka harus menghadapi pandemi covid sejak maret 2020. Madu trygona menjadi andalan. industri rumah tangga sesuai dengan potensi alam dan budaya masyarakat, namun belum sepenuhnya dikembangkan untuk pemulihan ekonomi masyarakat di masa pandemi COVID-19. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis masalah dan kendala Rantai Nilai Trygona di masa pandemi covid 19 dan mengidentifikasi aspek terpenting untuk membangun rantai nilai saham. Pengumpulan data melalui diskusi ahli dan studi lapangan, analisis data menggunakan statistik deskriptif kualitatif. Hasil Studi menunjukkan bahwa petani sebagai produsen madu menjual produknya ke perusahaan melalui pengepul dengan harga murah, sedangkan keuntungan yang lebih besar dinikmati oleh pengepul dan perusahaan. Aspek terpenting dalam sistem rantai nilai saham adalah pengembangan sistem interkoneksi Rantai Nilai sebagai lembaga link and match antara produsen madu dengan pasar. Infrastruktur Rantai Nilai mengikuti rantai pasokan yang digerakkan oleh permintaan di mana titik awalnya terutama berasal dari titik penjualan berdasarkan preferensi konsumen.

Kata kunci: Pandemi covid19, Trigona Madu, Pemulihan, Nilai kewajaran

ABSTRACT

Covid 19 pandemic has a very serious impact to all productive activities of the people especially in Lombok West Nusatenggara, because the people have not recovered from the earthquake on July 2018, they have to face the pandemic covid since march 2020. Trygona honey is a leading home industry in accordance with the natural and cultural potential of the community, but it has not been fully developed for the economic recovery of the community during the COVID-19 pandemic. The main objective of this study is to analyze problems and constraints of Trygona Value Chain in the time of pandemic covid 19 and identify the most important aspect to build a share value chain. Data collection throug experts discussion and field study, data analysis using statistical descriptive qualitative. The Results of Study showed that farmers as honey producers sell their products to companies through collectors at low prices, while the greater profits are enjoyed by collectors and companies. The most important aspects for share value chain system is Value Chain interconnectivity system development as a link and match institution between honey producers and the market. The Value Chain infrastructure follows a demand driven supply chain where the starting point is mainly comes from the point of sale based on consumer preferences.

Keywords: Covid 19 Pandemic; Trygona Honey; Recovery ;Fairness value chain

PENDAHULUAN

Dampak Covid 19 sangat serius terhadap kehidupan sosial ekonomimasyarakat, khusus bagi masyarakat Lombok Utara sangat serius karena proses recovery ekonomi dan sosial akibat gempa 28 Juli belum selesai, mereka harus menghadapi tekanan baru berkaitan dengan kebijakan pemerintah tentang protokol kesehatan, khususnya social distancing, harus tinggal dirumah, dan larangan berkerumun. Sehingga membuat hampir seluruh kegiatan produktif masyarakat yang masih dalam proses pemulihan menjadi berhenti [1-2].

Salah satu strategi yang harus dilakukan untuk memulihkan kondisi sosial ekonomi masyarakat adalah membangun aktivitas produktif masyarakat berbasis pada sumber daya alam unggulan dan sesuai dengan budaya masyarakat lokal, agar keberlanjutannya dapat lebih terjamin. Madu trygona merupakan industri rumahan yang telah dikembangkan oleh hampir 70 % masyarakat Lombok Utara, selama pandemic Covid 19 kegiatan industri rumahan ini tidak terpengaruh, bahkan cenderung meningkat permintaannya, seiring dengan kesadaran masyarakat untuk meningkatkan imunnya [2]. Berdasarkan hasil analisis lab madu ini memiliki khasiat yang sangat besar, mengandung multi vitamin dan zat-zat lain yang tidak ditemukan pada madu lainnya. Manfaat madu trygona antara lain sumber energi, sumber nutrisi, anti alergi, dan dapat untuk meningkatkan vitalitas tubuh [3].

Namun sebagian besar petani peternak tawon, masih belum mengetahui kandungan gizi pada madu trygona, dalam penjualan produknya tidak menyertakan label kandungan gizi dan penjualan dilakukan tanpa kemasan; sehingga harganya rendah IDR 200 ribu tiap 600 mili liter. Dengan harga tersebut masih tergolong *under price*, belum memberikan keuntungan yang wajar bagi peternak lebah yang harus merawat siang malam. Sementara di tingkat pengumpul / pengepul dapat memperoleh keuntungan bersih Rp 25,000- Rp 50,000 untuk setiap 500 ml.

Problem utama yang dihadapi oleh para peternak lebah Trigona adalah masalah “*suplly chain*” yang belum tertata dan terbangun dengan baik, sehingga para peternak lebah belum menerima harga yang wajar. Belum ada sebuah model yang dapat membantu proses pemasaran hasil produk yang memberikan keuntungan lebih baik peternak

lebah. Disamping itu para peternak cenderung menjual secara individual langsung tanpa melalui suatu lembaga yang dapat menaungi kepentingan peternak lebah, sehingga posisi tawarnya lebih baik. Tidak sedikit para peternak yang terikat kepada pengumpul karena terikat peminjaman yang diberikan, sehingga tidak ada pilihan lain kecuali harus menjual kepada pengepul dengan harga yang relatif lebih murah.

Hal lain yang membuat para peternak lebah trygona belum dapat berkembang adalah SDM yang masih belum memiliki ketrampilan manajemen dalam mengelola bisnis, dan belum ada lembaga yang menjadi tempat para peternak lebah berkolaborasi dan bersinergi dalam pengembangan usaha untuk meningkatkan pendapatannya. Di samping itu juga para pelaku industri rumahan ini menganggap kegiatannya masih sebagai sambilan saja, belum menjadi kegiatan utama untuk mendukung ekonomi keluarga, meskipun punya potensi yang sangat baik, terutama di era pandemik covid 19 ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah membangun model bisnis dan hilirisasi yang dapat menjadi dasar komersialisasi madu trigona sesuai dengan kondisi obyektif untuk menjamin kegiatan usaha industri rumahan ini dapat berkelanjutan dan memberikan keuntungan yang lebih baik kepada para peternak lebah. Hasil penelitian ini menjadi sangat urgen bagi para pelaku industri rumahan madu trigona untuk mengembangkan usahanya terutama pada aspek pemasarannya; dan peningkatan pendapatan; sehingga menjadi kegiatan utama bagi masyarakat Lombok dalam pemulihan ekonomi akibat gempa dan pandemik covid 19.

Kawasan lombok Utara merupakan daerah yang sangat potensial sebagai kawasan destinasi wisata. Berbagai daya tarik alam terdapat di wilayah ini, antara lain Tiga Gili yang terdiri dari Gili Trawangan, Gili Meno dan Gili Air; Gunung Rinjani, Air terjun Sendang Gile, Air terjun Tiu Kelep, dan beberapa lainnya. Lombok Utara merupakan wilayah yang paling parah akibat gempa bumi yang terjadi 28 Juli dan 5 Agustus dan pandemik covid 19 yang sudah berjalan 1.6 tahun lebih sehingga aktivitas ekonomi dari masyarakat sebagian besar terhenti. Untuk mempercepat pemulihan ekonomi itu perlu pengembangan aktivitas produktif masyarakat melalui UKM yang sesuai dengan potensi

unggulan dan budaya masyarakat [4-6]. Salah satu kegiatan produktif yang sesuai dengan potensi unggulan sumberdaya alam lokal dan melibatkan masyarakat banyak adalah industri rumahan madu trygona yakni kegiatan ekonomi keluarga yang dilakukan secara menyatu dengan kegiatan rumah tangga [4], [7]. Industri rumahan yang sebagian besar dikelola oleh kaum perempuan ini memiliki peran yang sangat nyata terhadap ekonomi keluarga, [8-9], selanjutnya menurut [9] kaum perempuan memiliki keuletan dan kesabaran dalam mengembangkan bisnis sehingga usahanya dapat bertahan lebih lama. Potensi kaum perempuan sangat besar jika dilihat dari jumlah penduduk, oleh karena itu perlu dikembangkan secara maksimal [10-11].

Pengembangan industri rumah tangga yang sangat potensial dan melibatkan masyarakat banyak harus dilakukan, agar pemulihan ekonomi dan sosial masyarakat akibat gempa dan pandemik covid 19 segera terwujud. Madu trigona telah teridentifikasi sebagai industri rumah yang paling potensial, sesuai dengan kondisi obyektif masyarakat [2]. karena lebih dari 60 % masyarakat telah beternak lebah trigona untuk menghasilkan madu trigona [2], [13]. Madu Trigona adalah madu yang dihasilkan oleh lebah trigona (klanceng), sejenis lebah kecil penghasil propolis yang dikenal sangat bermanfaat bagi kesehatan manusia. Keunggulan tawon jenis ini dibanding lainnya karena hidup secara bebas di hutan hidup secara berkoloni sekitar 2000-3000 tiap koloni. Lebah trigona ini merupakan lebah yang memiliki ukuran kecil serta sangat aktif untuk memanfaatkan berbagai macam nektar bunga. Lebah tersebut mampu untuk menembus bunga yang kecil sekalipun yang tak bisa dilakukan oleh lebah biasa. Kelebihan tersebutlah yang membuat lebah trigona jauh lebih mudah untuk dibudidayakan karena kemudahan dalam mencari makanan [14]. Dari keunggulan yang dimiliki oleh lebah trigona tersebut membuat madu yang dihasilkan oleh lebah trigona memiliki banyak kandungan nutrisi yang didapat dari kumpulan berbagai macam nektar. Sedangkan madu lebah trigona sendiri juga telah terbukti menjadi madu yang sangat berkualitas. Lebah trigona mudah perawatannya, tidak menyengat dan tidak perlu menyediakan pakan khusus, karena lebah ini memakan nektar tumbuhan/bunga yang berada di sekitarnya. Lebah trigona sangat potensial untuk dibudidayakan,

disamping sederhana dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat juga ramah dengan manusia [15-16].

Bisnis madu trygona yang punya prospek cerah ini belum dikelola secara baik, pemasaran madu hasil produksinya masih dilakukan secara tradisional, madu dijual secara langsung dalam bentuk literan, tanpa kemasan dan pelabelan sehingga harganya rendah. Disamping itu juga belum ada lembaga yang dapat menjadi penampung hasil produksi, dan membantu memasarkan kepada para pembeli [2],[13]. Oleh karena itu perlu dirancang bisnis model agar proses hilirisasi produk dapat berjalan dengan lebih baik, disamping itu juga perlu lembaga yang dapat mempertemukan antara penghasil madu dan pembeli madu. Untuk membantuproses hilirisasi ini, analisis model bisnis menjadi sangat penting. Model bisnis banyak digunakan untuk pemetaan potensi market dan produk di pasar. Metode pemetaan model bisnis yang cukup populer adalah pemetaan model bisnis dengan pendekatan Business Model Canvas [17]. Business Model Canvas merupakan sebuah alat analisis untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis, model bisnis ini akan memetakan beberapa elemen yaitu : *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure* [18]. Melalui analisis model bisnis ini dapat digunakan untuk mengidentifikasi customer potensial, dan struktur anggaran, serta pengembangan usaha secara lebih terarah. Model bisnis memiliki fungsi yang sangat strategis dan sangat menentukan kegiatan operasional dan strategi bisnis suatu produk. Desain model bisnis yang tidak tepat dapat menyebabkan kegagalan suatu produk memasuki pasar dan bersaing dengan produk lainnya [19].

METODOLOGI

Metode yang dipilih untuk membangun model bisnis yang sesuai dengan kondisi obyektif lapangan adalah gabungan antara pendekatan induktif dan deduktif. Pendekatan induktif berbasis pada data empiris dan statistik, analisis dilakukan menggunakan statistik deskriptif kualitatif, sedangkan pendekatan deduktif berbasis pada survei lapangan, dan diskusi pakar, yang melibatkan pelaku usaha (peternak lebah, pengumpul dan

industri), pengambil kebijakan dan akademisi. Analisis menggunakan SAST (*Strategic Assumption Surfacing and Testing*), dan ECM (*Exponential Comparison Matrix*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

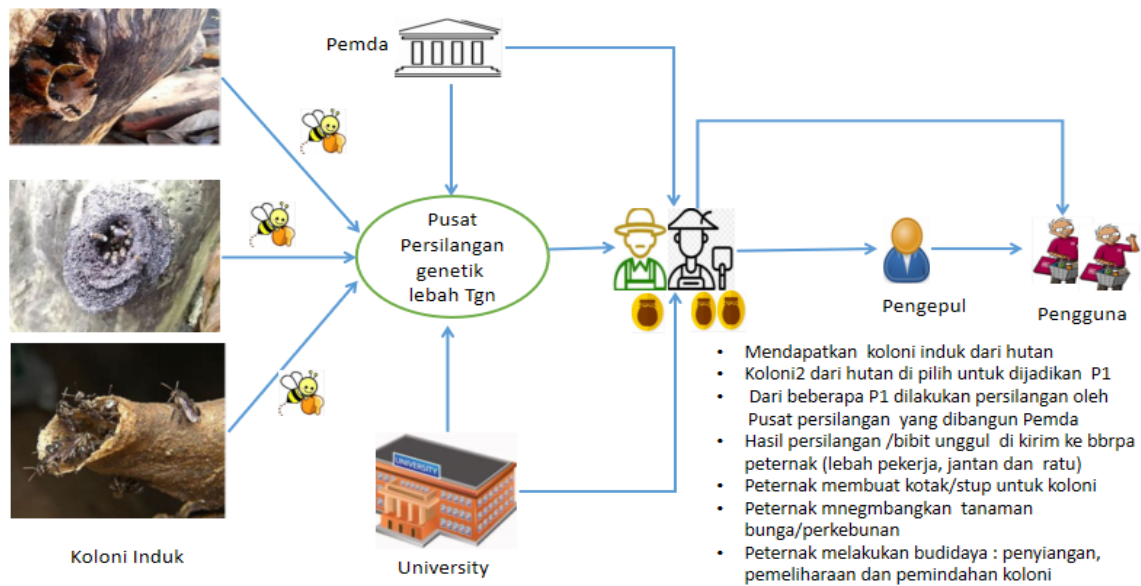
Berdasarkan data statistik yang di catat oleh pemerintah Lombok Utara [13] jumlah peternak lebah mencapai 5000 orang yang tersebar di seluruh desa, dengan rata-rata 2 pekerja tiap unit; sehingga melibatkan kurang lebih 10,000 pekerja. Rata-rata tiap keluarga memiliki 200 box, dengan hasil 150 sampai 200 ml tiap 3 bulan (30-40 liter)/3 bulan atau 10-10,3 liter/bulan, dengan harga rata-rata Rp 200 ribu/500 ml maka pendapatan rata-rata Rp 2,0 -2,6 juta/bulan. Secara keseluruhan potensi produksi di seluruh wilayah Lombok Utara sekitar 50,000 liter per bulan atau senilai Rp 10 milyar.

Hasil analisis di lapangan, menunjukkan bahwa pada saat Covid yang sudah berjalan 1.5 tahun lebih ini permintaan terhadap madu trygona tidak mengalami penurunan, bahkan meningkat 30-50 %, hal ini karena meningkatnya kesadaran masyarakat untuk meningkatkan imunnya, dalam menghadapi pandemik covid 19. Hasil produksi madu yang biasanya di jual melalui pengumpul, langsung di beli oleh pengguna di tempat.

Berdasarkan hasil analisis Lab, diketahui bahwa kandungan nutrisi gizi madu trygon sangat banyak. Beberapa manfaat dari madu trygona antara lain : (1) Sumber energi, (2) Sumber nutrisi, (3) Anti alergi, (4) Menanggulangi anemia, (5) Meningkatkan vitalitas tubuh, (6) Mencegah flu, asam

lambung, typus, (7) Meningkatkan daya tahan tubuh, (8) Mencegah depresi, (9) Mencegah hipertensi dan (10) Membantu produksi testosteron. Kandungan madu trygona antara lain : Asam folat, Protein, Kalsium, Vitamin B2, vitamin B3 dan vitamin C, Zink, Besi/Fe, Magnesium, pH; dengan komposisi : L-Serin, L-Asam glutamate, L-Fenilalanin, L-Isoleusin, L-Valin, L-Alanin, L-Arginin, Glisin, L-Lisin, L-Asam aspartat, L-Leusin, L-Tirosin, L-Prolin, L-Threonin, L-Histidin, Glukosa golongan Monosakarida, dan Fruktosa.

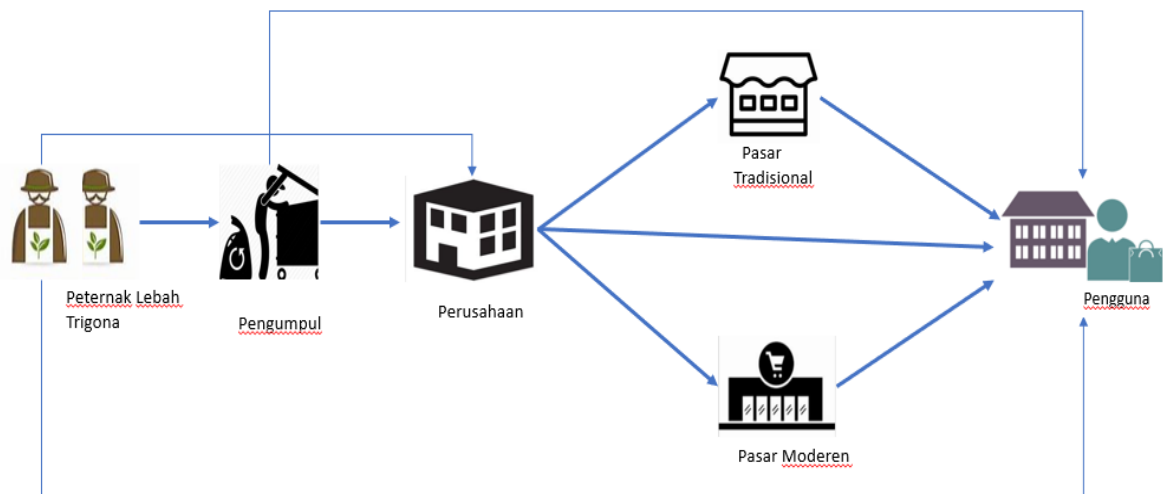
Kandungan nutrisi sebagaimana hasil lab di atas, masih belum banyak yang mengetahui, bahkan hampir semua petani lebah tidak mengetahui. Sehingga madu hasil produksi para petani dijual tanpa kemasan dan label, akibatnya harga rendah hanya Rp 200 ribu/500 ml, padahal harga di pasaran setelah dikemas dan diberi label sekitar Rp 180-200 ribu/200 ml. Dalam situasi normal madu hasil produksi para peternak lebah dijual melalui pengumpul dengan harga Rp 200 ribu/500 ml; kemudian pengumpul menjual ke industri Rp 250 ribu/500 ml; dan setelah diberi label dan dikemas madu dijual dalam kemasan berukuran 200 ml dengan harga Rp 200 ribu. Para peternak lebah mendapatkan bibit lebah dari hutan secara langsung, tidak melalui proses pembibitan, sehingga belum dapat diseleksi bibit yang unggul dengan produksi madu lebih banyak dan umur lebih panjang. Proses budidaya dilakukan secara sangat sederhana, hanya dengan membuat boks dari bambu atau kayu dengan ukuran 30x 20x17 yang biasanya di tempatkan di dinding rumah bagian belakang, tanpa pemberian pakan dan perawatan khusus. Secara umum proses budiya lebah sebagai gambar berikut :



Gambar 1. Proses budidaya lebah trygona yang masih sederhana

Madu hasil produksi dijual langsung ke pengumpul dalam botol tanpa kemasan khusus, sehingga tidak ada nilai tambah. Bahkan tidak sedikit para peternak lebah yang terjerat dengan sistem pinjam dari pengumpul.

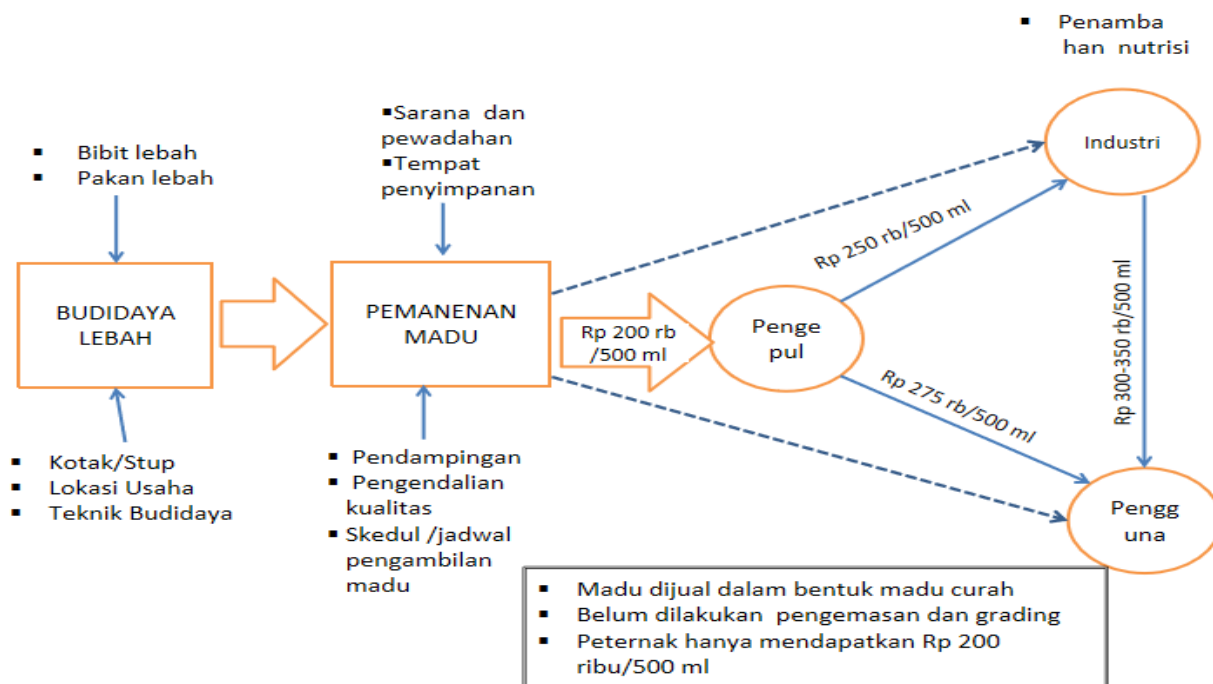
Akibatnya madu hasil produksinya harus dijual ke peminjam dengan harga yang rendah. Secara umum hasil analisis di lapangan model bisnisnya sebagai berikut :



Gambar 2. Model bisnis madu trygona dalam situasi normal tanpa Covid 19

Berdasarkan hasil diskusi dengan pelaku usaha, dan para pihak terkait rantai nilai

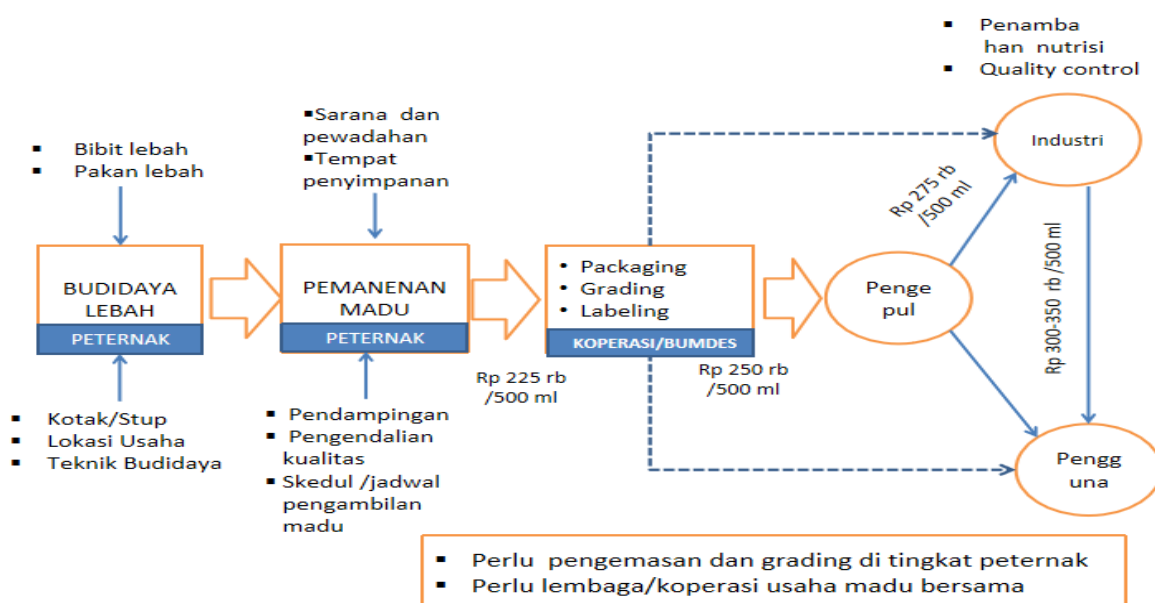
yang aktual dari penghasil madu sampai konsumen, seperti pada gambar berikut ini :



Gambar 3. Value chain madu trygona di Lombok Utara

Untuk meningkatkan pendapatan para peternak lebah, perlu dibangun rantai nilai yang adil sesuai dengan peran dan fungsinya. Dengan peningkatan pendapat tersebut akan dapat mendorong para peternak lebah untuk meningkatkan skala usahanya. Sehingga usaha ternak lebah trygona ini tidak hanya menjadi

sambilan tetapi menjadi kegiatan produktif utama untuk mendukung ekonomi keluarga. Hasil diskusi pakar yang melibatkan para pelaku usaha, akademisi, pengambil kebijakan rantai nilai yang adil sesuai dengan perannya adalah sebagai gambar berikut :



Gambar 4. Rantai nilai yang adil sesuai dengan perannya

Gambar di atas menunjukkan bahwa untuk membangun rantai nilai yang adil perlu dibangun lembaga yang dapat menjembatani antara penghasil madu (peternak) dengan pembeli (rumah tangga, pengumpul, atau industri). Berdasarkan kondisi obyektif yang ada lembaga yang paling mungkin sebagai interaktivitas ini adalah BUMDES (Badan Usaha Milik Desa). Lembaga ini secara legal formal telah memiliki dasar hukum, yaitu Peraturan Pemerintah No 11 tahun 2021. Bumdes adalah badan usaha yang dimiliki oleh desa, dengan pengurus para tokoh masyarakat yang dipilih oleh penduduk desa tersebut. Kehadiran Bumdes menjadi sangat penting untuk dapat berfungsi sebagai pengumpul hasil produksi para peternak, sekaligus penjual kepada industri atau pengumpul madu. Untuk meningkatkan pendapatan masyarakat di BUMDES ini dapat dilakukan *grading* dan pelabelan berdasarkan hasil analisis lab.

KESIMPULAN

1. Madu trygona memiliki proses pasar yang cerah, seiring dengan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menjaga kesehatannya.
2. Proses budidaya madu trygona masih dilakukan secara sederhana, belum ada proses seleksi bibit untuk mendapatkan bibit unggul
3. Secara medis madu trygona memiliki kasiat yang sangat banyak, dan kandungan nutri yang sangat lengkap untuk menjamin kesehatan tubuh manusia.
4. Untuk membangun rantai nilai yang adil terhadap seluruh pihak yang terlibat, perlu dibangun lembaga/institusi yang dapat berfungsi sebagai penghubung antara penghasil madu dengan pembeli madu (pelanggan peorangan, pengumpul dan industri) kesehatan.
5. Salah satu lembaga yang paling tepat menjadi penghubung antara penghasil dan pembeli madu adalah BUMDES.

SARAN

1. Mengingat proses produksi masih sangat sederhana, maka Pemda perlu membangun kebun pembibitan/persilangan untuk mendapatkan bibit unggul, produksinya tinggi dan umur lebih panjang.
2. Untuk meningkatkan tata kelola bisnis, maka Pemda perlu melakukan *capacity*

building dengan melibatkan akademisi terhadap para peternak lebah yang meliputi : teknolgi pembudidayaan, manajemen usaha dan pemasaran produk.

3. Untuk meningkatkan skala usaha dan menghindarkan para peternak terhadap pengijon oleh para pengumpul, BUMDES perlu memberikan pinjaman kepada para peternak lebah dengan pengembalian melalui madu hasil produksinya; dengan harga yang disepakati kedua belah pihak.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Soebagiyo1,S., Arifin Sri Hascaryo. 2015. Analisis Sektor Unggulan Bagi Pertumbuhan Ekonomi Daerah di Jawa Tengah. Univesity Research Colloquium. Muhamadiyah University of Surakarta. Available in <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/xmlui/bitstream/handle/11617/5126/13.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- [2] Kholil,Nafiah Ariany, Dian Karsoma. 2021. Trigona Honey Home Industry Development for Economic Recovery in the Time of COVID-19 Pandemic: A Case Study in North Lombok West Nusa Tenggara, Indonesia. Asian Journal Research in Agriculture and Forestry. 7(1) : 1-9.
- [3] PT. Saraswanti Indogenetech. 2020. Results on Analysis **SIG.LHP.X.2020.107339. One stop Laboratory Services. Jakarta.**
- [4] DJKN, Kemenkeu. 2018. UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Kementerian Keuangan R.I. Available in <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html>
- [5] Kholil, Nugroho B.Sukamdani, and N. Nurhayati. 2016. Model Development of Home Industries to Increase Business Scale Using Analytical Hierarchy Process (AHP): A Case Study in Kendal Regency, Central Java Indonesia. British Journal of Economics, Management & Trade. 15(2), : 1-8.
- [6] Sunarso. 2010. Micro, and Small Enterprises as a motivator and stabilizer of the Indonesian Economy , Journal of

- Economics and Entrepreneurship Vol . 7 , No. 1. Jakarta, Indonesia.
- [7] Sarma, Ma'mun., Farida Ratna Dewi dan Edward H Siregar. 2014. Small and Household Footwear Industries Development toward Business Sustainability and Facing the China-ASEAN Free Trade Agreement. *Manajemen IKM*. 9(1) :(67-75)
- [8] Abeer Mohamed Ali Abd Elkhalek, Ismail Hussein Ismail. 2019. Women's Role in Economic Development: A Systematic Analysis Review Considering the Middle Eastern Region, *American Journal of Economics*. 9(1) : 38-43. doi: 10.5923/j.economics.20190901.06
- [9] Husain, Li Xiao Xiao. (2016). The Antecedents of Women Leadership in SMEs: The Malaysian Senior Female Managerial Perspective. *International Journal of Business and Management*. 5 (11), 2016, pp : 179-2010.
- [10] Andersson, F.W., D Johansson; J. Karlsson; M. Lodefalk; A. Poldahl. (2018). Female top management in family firms and non-family firms: evidence from total population data. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 35(3), p : 303-326.
- [11] Orser; Allan Riding. (2018). **The influence of gender on the adoption of technology among SMEs**. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 33(4), p : 514-531.
- [12] Muthalib, A. dan M. Mansur. 2019. Analisis dampak sosial ekonomi masyarakat pasca bencana gempa bumi di kabupaten Lombok Utara. *Jurnal Ilmiah Manda Education*. 5(2) : 84-90.
- [13] Bappeda Lombok Utara. 2020. Potensi unggulan Lombok Utara. Pemerintah Daerah Lombok Utara.
- [14] Wardani, B.W, 2018. Panduan singkat budidaya dan breeding lebah trigona sp. Balai Penelitian dan Pengembangan Teknologi Hasil Hutan Bukan Kayu. Mataram
- [15] Tato, B. 2019. Madu Trigona (Merang) Obati Berbagai Jenis Penyakit. Available at <https://pattae.com/penelitian-madu-trigona-merang-obati-berbagai-jenis-penyakit>
- [16] Kiral, 2019. Budidaya Lebah Trygona bagi Pemula. Availabel at <https://lombokorganik.id/budidaya-lebah-trigona-bagi-pemula/>
- [17] Verrue, Johan. 2014. A critical investigation of the Osterwalder Business Model Canvas: an in-depth case study. Conference: Belgian Entrepreneurship Research Day At: BE-Ghent. Available at https://www.researchgate.net/publication/266041182_A_critical_investigation_of_the_Osterwalder_Business_Model_Canvas_an_in-depth_case_study .
- [18] Osterwalder A, Pigneur Y. 2012. Business Model Generation. Jakarta (ID): PT Elex Media Komputindo.
- [19] Ovan2, Andrea. 2015. What Is a Business Model?. *Havard Business Review*. Available at <https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model>.