

ABSTRACT

ANALYSIS OF INCOME AND BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES IN HONEY BEE FARM IN KECAPI VILLAGE, KALIANDA DISTRICT, SOUTH LAMPUNG REGENCY (CASE STUDY AT KEBUN LEBAH SIMPUR)

By

FATHAN SABRINA

Honey bee farms had great potential, but many businesses experienced slow progress or ceased operations due to low profits or losses. This study analyzed income levels, identified business development strategies, and formulated priority strategies for honey bee farm at the Kebun Lebah Simpur. The research method used was a case study with a location deliberately chosen at the Kebun Lebah Simpur, Kecapi Village, Kalianda District, South Lampung Regency. Data collection was conducted in May 2025, involving five respondents consisting of the owner, two production employees, and two consumers. Income analysis was performed using the R/C ratio analysis. Business development strategies were analyzed using the Business Model Canvas (BMC) method, followed by SWOT and QSPM analyses. The results showed that: (1) The honey bee farm business at Kebun Lebah Simpur was feasible because it obtained an R/C ratio of 8,26 on cash costs and an R/C ratio of 4,21 on total costs, with income on cash costs of IDR 77.,876.700/year and income on total costs of IDR 674.672.533/year. (2) The combination of BMC and SWOT analysis results produced a total weighted score of 3,495 on the IFE matrix and 3,208 on the EFE matrix, placing the honey bee farm business at Kebun Lebah Simpur in quadrant I, which indicated a profitable and strong business position, namely growth and build. Therefore, the appropriate business development strategy was market development and product development. (3) An alternative strategy that could be prioritized was maximizing agrotourism activities as an educational medium related to products, increasing visibility, and simultaneously as a product branding medium to build long-term consumer loyalty.

Keywords: Business Income, Business Model Canvas (BMC), Development Strategy, Honeybees

ABSTRAK

ANALISIS PENDAPATAN DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BUDIDAYA LEBAH MADU DI DESA KECAPI KECAMATAN KALIANDA KABUPATEN LAMPUNG SELATAN (STUDI KASUS DI KEBUN LEBAH SIMPUR)

Oleh

FATHAN SABRINA

Budidaya lebah madu memiliki potensi besar, namun banyak usaha mengalami kemajuan yang lambat atau berhenti beroperasi karena rendahnya keuntungan atau mengalami kerugian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pendapatan, mengidentifikasi strategi pengembangan usaha, dan merumuskan strategi prioritas pada budidaya lebah madu di Kebun Lebah Simpur. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan lokasi yang dipilih secara sengaja di Kebun Lebah Simpur, Desa Kecapi, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan. Pengambilan data dilakukan pada bulan Mei 2025 dengan melibatkan 5 orang responden yang terdiri dari pemilik, dua orang karyawan bagian produksi, dan dua orang konsumen. Analisis pendapatan dianalisis menggunakan analisis R/C rasio. Strategi pengembangan usaha dianalisis menggunakan metode *Bussiness Model Canvas* (BMC) dilanjutkan dengan analisis SWOT dan QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Usaha budidaya lebah madu di Kebun Lebah Simpur dinyatakan layak untuk diusahakan, karena diperoleh nilai R/C rasio atas biaya tunai sebesar 8,26 dan R/C rasio atas biaya total sebesar 4,21 dengan pendapatan atas biaya tunai sebesar Rp777.876.700/tahun dan pendapatan atas biaya total sebesar Rp674.672.533/tahun. (2) Kombinasi hasil analisis BMC dan SWOT menghasilkan total nilai skor terbobot pada matriks IFE sebesar 3,495 dan matriks EFE sebesar 3,208, sehingga usaha budidaya lebah madu di Kebun Lebah Simpur berada dalam kuadran I menunjukkan posisi bisnis yang menguntungkan dan kuat yaitu *growth and build* (tumbuh dan membangun), oleh karena itu strategi pengembangan usaha yang tepat adalah pengembangan pasar dan pengembangan produk. (3) Strategi alternatif yang dapat dijadikan sebagai strategi prioritas adalah memaksimalkan kegiatan agrowisata sebagai media edukasi terkait produk, meningkatkan visibilitas, sekaligus sebagai media *branding* produk untuk membangun loyalitas konsumen jangka panjang.

Kata kunci: *Bussiness Model Canvas* (BMC), Lebah madu, Pendapatan usaha, Strategi pengembangan