

**POLA PEMASARAN MADU KLANCENG DI KELOMPOK TANI
MADUSARI, DUSUN NGRANDU, DESA KATONGAN, KECAMATAN
NGLIPAR, KABUPATEN GUNUNGKIDUL**

Oleh :
Salamah Nur Rahma ¹
Wiyono ²

INTISARI

Dalam upaya mengubah haluan pengelolaan hutan dari *timber extraction* menuju *sustainable forest management*, hasil hutan non kayu (HHNK) memiliki nilai yang sangat strategis. Salah satu hasil hutan non kayu yang memiliki peluang besar memajukan perekonomian warga di Kabupaten Gunungkidul yaitu budidaya madu klanceng. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pola pemasaran madu klanceng yang dilakukan anggota Kelompok Tani Hutan Madusari dan faktor-faktor yang mempengaruhi anggota Kelompok Tani Hutan Madusari dalam memilih pola pemasaran madu klanceng. Penelitian ini dilakukan di Kelompok Tani Hutan Madusari Kecamatan Nglipar, Kabupaten Gunungkidul pada bulan Desember 2018 s.d Juni 2019. Penelitian ini menggunakan metode survey yang dilakukan kepada anggota Kelompok Tani Hutan Madusari yang berjumlah 30 responden dengan menggunakan media kuisisioner terbuka dan wawancara mendalam pengurus Kelompok Tani Hutan Madusari dengan menggunakan panduan wawancara. Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa terdapat 2 pola pemasaran madu klanceng yang dilakukan oleh anggota Kelompok Tani Hutan Madusari a) Pola pemasaran langsung, merupakan bentuk atau model pemasaran yang dilakukan secara langsung tanpa perantara dari produsen ke konsumen b) Pola pemasaran tidak langsung, merupakan bentuk atau model pemasaran yang dilakukan melalui suatu perantara berupa lembaga. Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi anggota Kelompok Tani Madusari dalam memilih pola pemasaran madu klanceng, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Kata kunci : Kelompok Tani Hutan Madusari, Madu klanceng, Pola pemasaran

¹ Mahasiswa Program Studi Pengelolaan Hutan SV-UGM

² Dosen Pembimbing Tugas Akhir Program Studi Pengelolaan Hutan SV-UGM

**MARKETING PATTERN OF KLANCENG HONEY IN MADUSARI
FOREST FARMER GROUP, NGRANDU, KATONGAN VILLAGE,
NGLIPAR SUB-DISTRICT, GUNUNGKIDUL DISTRICT**

By :
Salamah Nur Rahma ¹
Wiyono ²

ABSTRACT

In effort to change the direction of forest management from the timber extraction towards sustainable forest management, non-timber forest products (NTFP) have a very strategic value. One of the non-timber forest products that has a great opportunity to advance the economy of residents in Gunungkidul Regency is klanceng honey cultivation. The purpose of this study was to determine the marketing pattern of klanceng honey by members of the Madusari Forest Farmer Group and the factors that influenced members of the Madusari Forest Farmers Group in choosing the marketing pattern of klanceng honey. This research was conducted in the Madusari Forest Farmer Group in Nglipar Subdistrict, Gunungkidul Regency in December 2018 to June 2019. This study used a survey method carried out to members of the Madusari Forest Farmer Group totaling 30 respondents using open questionnaire media and in-depth interviews with administrators of the Madusari Forest Farmer Group using an interview guide. From the research, it can be conclude that there are 2 marketing patterns of honey klanceng carried out by members of the Madusari Forest Farmer Group such as a) The pattern of direct marketing, is a form or model of marketing that is carried out directly without intermediaries from producers to consumers b) The pattern of indirect marketing, forms or marketing model carried out through an intermediary in the form of an institution. There are 2 factors that influence Madusari Farmer Group members in choosing the marketing pattern of klanceng honey, namely internal factors and external factors.

Keyword : Madusari Forest Farmer Group, Madu Klanceng, Marketing pattern

¹ Student of Management Forest Study Program SV-UGM

² Lecture of Management Forest Study Program SV-UGM