

**PkM Pemasaran Hasil Produksi Propolis Lebah Galo-Galo sebagai  
Pemberdayaan Ekonomi Perempuan pada Kelompok Wanita Tani di  
Nagari Koto Laweh, Kabupaten Solok**

**PkM Marketing Results of Galo-Galo Bee Nanopropolis Production as  
Women's Economic Empowerment in Women Farmer Groups in Nagari  
Koto Laweh, Solok Regency**

**Fajri Basyirun<sup>1</sup>, Tri Astuti<sup>2</sup>, Syahro Ali Akbar<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin,  
Indonesia

<sup>2-3</sup>Program Peternakan, Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Indonesia

\*Corresponding author: [fajribasyirunmpde@gmail.com](mailto:fajribasyirunmpde@gmail.com)

**Abstrak**

Lebah Trigona yang dalam bahasa daerah dinamakan galo-galo (Sumatera Barat) dan klanceng, lenceng (Jawa) merupakan salah satu dari berbagai sumberdaya lokal yang memiliki potensi sebagai sumber pendapatan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan Masyarakat. Untuk itu dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat dalam hal pemasaran untuk hasil dari lebah galo-galo ini, yang dilakukan kepada masyarakat Kelompok Wanita Tani dengan memberikan penyuluhan dan pelaksanaan tanya jawab terkait dengan pemasaran yang dapat dilakukan baik secara langsung khususnya kepada masyarakat sekitar maupun dilakukan secara daring dengan memanfaatkan media sosial dan platform yang tersedia seperti penjualan online melalui shoope, lazada dan tokopedia. Sehingga pemasaran ini akan menjadi sumber penghasilan bagi masyarakat khususnya Kelompok Wanita Tani Nagari Koto Laweh dan dapat dikembangkan menjadi usaha bagi Nagari melalui Badan Usaha Miliki Nagari yang sering dikenal dengan Bumnag.

**Keywords:** Galo-galo; Kelompok tani wanita; Pemasaran

**Abstract**

Trigona bees, which in the regional language are called galo-galo (West Sumatra) and Klanceng, Lenceng (Java), are one of the various local resources that have the potential to be a source of income, thereby improving community welfare. For this reason, community service activities are carried out in terms of marketing the results of the galo-galo bees, which are carried out to the community of the Women's Farmers Group by providing counselling and conducting questions and answers related to marketing which can be carried out either directly, especially to the surrounding community or carried out online using utilize social media and available platforms such as online sales via Shopee, Lazada and Tokopedia. So this marketing will become a source of income for the community, especially the Nagari Koto Laweh Farming Women's Group and can be developed into a business for Nagari through the Nagari Owned Enterprise which is often known as Bumnag.

**Key Words:** Galo-galo; women's farmer groups; marketing

**Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar**

PkM Pemasaran Hasil ...

## PENDAHULUAN

Lebah tanpa sengat dari tribe Meliponini (famili Apidae) di Indonesia pada awalnya dikenal sebagai *Trigona*, sesuai dengan nama marga yang mulanya dilekatkan pada kelompok tersebut. Lebah jenis ini memiliki beberapa nama lokal, seperti *galo-galo* di sebagian besar Sumatera, *klanceng* atau *lenceng* di Jawa dan *kelulut* di Kalimantan dan Malaysia (Sihombing, 2005; Harjanto dkk. 2020). Lebah tanpa sengat sebenarnya telah lama diketahui sebagai sumberdaya lokal yang memiliki potensi untuk menghasilkan madu selain dari lebah madu biasa dari marga *Apis* yang lebih dulu dikenal oleh masyarakat. Lebah tanpa sengat atau *galo-galo* telah dibudidayakan di berbagai negara seperti Brazilia, India dan Malaysia, tetapi di Indonesia baru satu dasawarsa yang lalu pemanfaatannya mulai dilirik secara lebih intensif oleh peternak lebah. Pemanfaatan tersebut di antaranya berkaitan dengan usaha untuk mengatasi permasalahan dan peningkatan produktifitas di bidang pertanian dan peternakan. Selain itu, *galo-galo* mempunyai beberapa keunggulan dibandingkan dengan lebah madu biasa, yaitu efektifitas mencari nektar yang lebih baik karena tubuhnya yang lebih kecil sehingga dapat mengakses bunga yang berukuran kecil serta menghasilkan madu dan propolis yang lebih berkhasiat untuk kesehatan disertai dengan harga jual yang tinggi (Hasan, 2006; Kwapong et al. 2020).

Selain itu, secara umum *galo-galo* memiliki keunggulan lain jika dibandingkan dengan lebah madu biasa, diantaranya: (1) mampu hidup pada berbagai tipe kondisi habitat dan ketinggian, (2) memiliki volume rongga sarang hingga mencapai dua liter, (3) dapat menempatkan sarang pada berbagai rongga seperti pada bambu, lubang kayu, tempurung kelapa atau celah-celah bebatuan, (4) menghasilkan propolis yang lebih banyak dibandingkan lebah madu biasa, serta (5) berperan sebagai polinator berbagai jenis tanaman dan tumbuhan liar (Putra et al., 2016; Abduh et al., 2020). Volume madu yang dihasilkan mungkin tidak sebanyak dari lebah madu biasa, sehingga dituntut penelitian lebih lanjut untuk meningkatkan produksi madu dari jenis *galo-galo* ini. Di Sawahlunto, Provinsi Sumatera Barat, peternakan *galo-galo* skala rumah tangga sudah dimulai sejak tahun 2017 yang lalu oleh beberapa orang penduduk (Herwina dkk., 2019).

**Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar**  
PkM Pemasaran Hasil ...

Banyak masalah yang berkembang di masyarakat saat ini adalah bagaimana memasarkan hasil produksi dari lebah galo-galo karena terkendala pengetahuan dan media. Pengetahuan masyarakat untuk Pemasaran Produk Hasil Galo-Galo ini dengan cara memasarkan baru hanya sebatas mulut ke mulut (*mouth to mouth*), padahal pemasaran juga dapat dilakukan melalui Platform Digital seperti Shoope, Lazada dan Tokopedia. Mengingat Nagari Koto Laweh memiliki potensi dalam budidaya dan produksi Hasil Lebah Galo-Galo serta yaitu dengan adanya Kelompok Tani yang bergerak dibidang tersebut, maka Tim Universitas Mahaputra Muhammad Yamin (UMMY) Solok melalui tim pengabdian masyarakatnya melakukan kegiatan pengabdian dalam hal Pemasaran Hasil Produksi Lebah Galo-Glao untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan Masyarakat khususnya pada Kelompok Wanita Tani Nagari Koto Laweh, Kabupaten Solok. Menurut Akbar et al 2023 bahwa Beternak lebah galo-galo merupakan usaha yang sangat cocok untuk KWT, karena tidak menyita waktu khusus untuk pemeliharaan dan pemberian pakannya. Produk Lebah berupa madu merupakan produk utama yang bisa dipanen secara berkala maksimal 1 x sebulan, dan jumlah panen madu tergantung pada ketersediaan vegetasi tumbuhan sebagai bahan baku produksi madu.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode kegiatan yang dilakukan dan diterapkan dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) untuk memberikan keterampilan kepada Kelompok Wanita Tani Suka Maju yaitu dengan melakukam penyuluhan, demonstrasi dan praktek langsung.

1. Penyuluhan dan praktek langsung kepada anggota Kelompok Wanita Tani Suka Maju tentang pemanfaatan lahan kosong yang dapat dimanfaatkan dengan hal bermanfaat yaitu budidaya galo-galo yang akan menghasilkan madu dan propolis. Dilakukan pertemuan dengan seluruh anggota kelompok wanita tani dikediaman ketua kelompok dan diberikan penyuluhan tentang pemanfaatan lahan kosong, budidaya lebah galo-galo sehingga mereka memahami bahwa budidaya lebah galo-galo pada pekarangan sekitar rumah yang menghasilkan madu dan propolis.

*Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar*  
PkM Pemasaran Hasil ...

2. Selanjutnya adalah memberikan pemahaman tentang manfaat produk lebah galo-galo bagi kesehatan dan sekaligus memberikan manfaat ekonomis setelah dilakukan pengolahan, kemudian dikemas dalam bentuk dan ukuran yang beragam sehingga diberikan merk untuk dapat dipasarkan baik kepada masyarakat sekitar atau masyarakat diluar daerah.
3. Mensosialisasikan teknik dan cara pemasaran hasil produksi dari lebah galo-galo melalui digital marketing.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Rangkaian kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan Pkm ini terdiri dari beberapa langkah yaitu pemantauan lokasi, pengadaan tempat produksi lebah galo-galo, produksi dan pemasaran hasil produksi lebah galo-galo. Penjelasan tahapan setiap kegiatan adalah sebagai berikut:

### **1. Pemantauan Lokasi dan Pengadaan Tempat Produksi**

Langkah awal dari kegiatan PkM ini dilakukan observasi dan koordinasi dengan Ketua Kelompok Wanita Tani Suka Maju yang dilakukan pada tanggal 01 September 2023 (gambar 1) dimana anggota kelompok sebanyak 26 orang dan masih aktif sampai saat ini, hasil diskusi dengan kelompok wanita tani didapatkan bahwa lokasi pekarangan cocok untuk dilakukan budidaya galo-galo karena disekitar pekarangan tersebut juga ditumbuhi oleh tanaman buah seperti: pepaya, alpukat dan tanaman lain yang akan menjadi nutrisi tambahan bagi galo-galo yang akan dibudidayakan. selanjutnya dilakukan pemantauan pekarangan yang akan dimanfaatkan untuk budidaya galo-galo, dimana dipekarangan tersebut akan dibuatkan taman bunga dan tempat budidaya galo-galo. Berdasarkan hasil diskusi tersebut maka pada tanggal 10 September 2023 (gambar 2) dilakukan pembersihan dan penataan pekarangan, dilanjutkan dengan pembuatan taman bunga yang akan menjadi nutrisi utama dalam budidaya galo-galo.



(a)



(b)

Gambar 1. (a) Diskusi awal dengan Ketua Kelompok Wanita Tani Suka Maju, (b) Pembersihan dan Penataan pekarangan

Maka diperoleh kesepakatan rencana kegiatan dengan kelompok wanita tani, maka dilakukan pembukaan pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan mengundang Camat Lembang Jaya, Wali Nagari Koto Laweh, Ketua Badan Permusyawaratan Nagari, Kepala Jorong dan Ketua serta anggota Kelompok Wanita Tani Suka Maju. Dalam kegiatan juga dihadirkan mahasiswa yang ikut terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## 2. Produksi Lebah Galo-Galo

Jenis Lebah yang akan dibudidayakan adalah spesies lebah *Torasika* yang dalam pemeliharaannya tidak menuntut lahan khusus. Jenis lebah ini bisa ditempatkan dimana saja. Bisa dipekarangan rumah, atau dikebun, asalkan tersedia bunga atau sumber nektar disekitarnya. Kegiatan dalam produksi lebah Galo-Galo ini terdiri atas:

### 2.1 Persiapan Lahan

Kegiatan pertama yang dilakukan sebelum memproduksi lebah galo-galo ini yaitu membuat taman bunga tempat stup lebah galo-galo bersama tim dan anggota KWT. Ada tanah kosong di halaman ketua kelompok KWT dijadikan sebagai Taman yang akan ditempat oleh beberapa Stup lebah. Tanah tersebut didesain menjadi taman, yang ditata dengan apik dan sederhana, ditanami bunga-bunga dan tanaman yang disukai lebah. Stup lebah dibuatkan pondok-pondok kecil untuk melindungi stup tersebut agar tidak langsung kena Cahaya matahari.

*Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar*  
PkM Pemasaran Hasil ...

Copyright © 2023, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra Muhammad Yamin (JUPEMY)*, Volume 02, Nomor 02, November 2023



Gambar 2. Taman Lebah Galo-Galo yang dibuat PKM UMMY

## 2.2 Pengadaan Stub Lebah Galo-Galo

Tim PKM UMMY membantu pengadaan Stub lebah galo-galo untuk anggota KWT Maju Bersama, sehingga dapat dijadikan sebagai sumber pendapatan baru bagi ibu-ibu anggota KWT Maju Bersama. Produksi lebah galo-galo berupa madu, propolis ataupun bee polen tentunya jika dimanfaatkan secara komersial oleh anggota KWT dapat menjadi tambahan penghasilan bagi mereka.



Gambar 3. Stup lebah Galo-galo pada taman yang baru dibuat

## 2.3 Panen dan Pasca Panen Nano-Propolis lebah galo-galo

Setelah dipanen propolis sebaiknya disimpan di dalam freezer tujuannya agar ber-evaporasi yaitu untuk menghilangkan kandungan alcohol. Setelah kadar Alkohol menghilang baru dapat dilakukan proses ekstraksi yaitu pemisahan propolis dari sarang lebah. Setelah itu baru dapat dikemas. Pengemasan yang dipakai yaitu dalam wadah botol yang telah diperhatikan kemasannya. Hal yang diperhatikan oleh Kelompok

*Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar*  
PkM Pemasaran Hasil ...

Copyright © 2023, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra Muhammad Yamin (JUPEMY)*, Volume 02, Nomor 02, November 2023

Wanita Tani Suka Maju dalam pengemasan (packaging) adalah daya tahan produk dapat terjaga agar aman sampai ke konsumen.

### 3 Pasar dan Pemasaran Propolis Lebah Galo-Galo

Pasar dan pemasaran merupakan dua sisi yang tidak dapat dipisahkan satu sama lain. Pasar merupakan himpunan pembeli nyata dan pembeli potensial untuk suatu produk atau jasa. Untuk menghasilkan produk yang memiliki nilai dan sesuai dengan kebutuhan konsumen maka perlu dilakukan strategi pemasaran. Pemasaran yang akan dilakukan secara konvensional maupun marketing digital.



Gambar 4. Materi paparan marketing produk lebah galo-galo

Unsur strategi pemasaran ini dikenal dengan istilah STP. Dalam strategi pemasaran ini terdapat tiga komponen yang harus ditentukan yaitu segmentasi pasar (*segmentation*), pasar sasaran (*targetting*) dan posisi pasar (*positioning*). Penjelasan dari masing-masing komponen tersebut dalam pemasaran hasil produksi lebah galo-galo ini adalah sebagai berikut:

#### 3.1 Strategi STP

##### 3.1.1 Segmentasi pasar (*Segmentation*)

Segmentasi adalah pengelompokkan target konsumen potensial. Segmentasi merupakan usaha pemisahan pasar potensial untuk kelompok-kelompok pembeli tertentu dan atau menurut jenis produk tertentu dan berkolaborasi dengan kombinasi bauran pemasaran yang tepat dan cocok (Wijayanti 2017). Segmentasi atau pengelompokkan target pasar dapat dibedakan atas empat hal yaitu geografis, demografis, psikografis dan perilaku. Segmentasi geografis yaitu pengelompokkan berdasarkan wilayah tertentu (bangsa, provinsi, kabupaten, kota). Demografis berdasarkan tipe-tipe berbagai jenis kependudukan (usia, jenis

kelamin, pendapatan, pekerjaan). Psikografis adalah pengelompokan berdasarkan gaya hidup dan sikap individu. Perilaku adalah pengelompokan berdasarkan nilai-nilai yang dianut oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. Kelompok Wanita Tani Suka Maju memasarkan produknya langsung kepada masyarakat sekitar Nagari Koto Laweh. Dengan demikian perluasan lahan yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Suka Maju juga dapat memperluas pasar. Segmentasi pasar pada kegiatan pengabdian ini secara geografis adalah Kabupaten dan Kota dan Kabupaten Solok.

### 3.1.2 Target pasar (*Targetting*)

*Targetting* adalah kegiatan menilai dan memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki (Wijayanti 2017). *Targetting* ini bertujuan untuk mempermudah segmen yang ingin diraih dan memberikan kepuasan yang lebih kepada konsumen. Menetapkan target pasar yaitu dengan mengevaluasi keaktifan segmen dan memilih segmen yang tepat untuk dilayani. Penetapan target pasar merupakan hal yang penting untuk mengetahui sasaran utama dari produk yang diproduksi. Dalam kegiatan pengabdian ini target penjualan Kelompok Wanita Tani Suka Maju adalah pelanggan yang berasal dari masyarakat sekitar Nagari Koto Laweh, Kabupaten dan Kota Solok.

### 3.1.3 Posisi pasar (*Positioning*)

Secara umum *positioning* yaitu cara untuk menentukan posisi yang kompetitif untuk produk atas suatu pasar. Tujuan penetapan posisi pasar adalah untuk membangun dan mengkomunikasikan keunggulan bersaing produk yang dihasilkan kedalam benak konsumen. *Positioning* merupakan hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar produk yang ditawarkan melekat dibenak konsumen. Pada kajian kegiatan PkM ini strategi yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Suka Maju dalam menciptakan citra yang baik yaitu dengan harus terus menjalin hubungan yang harmonis dan hubungan kekeluargaan dengan pelanggan/konsumen sehingga pelanggan dapat menyampaikan keluhan akan produk dengan perbaikan kualitas yang dihasilkan. Namun untuk produk nano propolis yang dihasilkan oleh Kelompok Wanita Tani Suka Maju belum mencitrakan posisi khusus pada pelanggan/konsumennya. Penempatan yang dilakukan yaitu dengan menghasilkan produk yang berkualitas dari segi daya tahan dan pengemasan yang aman dan terjaga.

*Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar*  
PkM Pemasaran Hasil ...

Copyright © 2023, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra Muhammad Yamin (JUPEMY)*, Volume 02, Nomor 02, November 2023



Setelah menetapkan strategi pemasaran STP selanjutnya adalah penetapan bauran pemasaran (*marketing mix*). Bauran pemasaran merupakan hasil kolaborasi alat pemasaran yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*). Penjelasan dari masing-masing unsur tersebut adalah sebagai berikut:

### **3.2 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)**

#### **3.2.1 Produk (*Product*)**

Produk merupakan segala bentuk hasil usaha yang ditawarkan ke pasar untuk digunakan atau dikonsumsi sehingga bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan terlebih dahulu harus mendesain produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Produk dapat berupa barang ataupun jasa (Wijayanti 2017). Produk yang ditawarkan dalam kegiatan PkM ini adalah Nano-propolis lebah galo-galo. Nano-propolis yang dihasilkan terdiri atas beberapa varian kemasan yaitu kemasan 500 ml, 750 ml dan 1000 ml.

#### **3.2.2 Tempat (*Place*)**

Penentuan lokasi dan distribusi beserta sarana dan prasarana pendukung menjadi hal yang sangat penting dalam kegiatan bisnis. Penentuan lokasi ini berhubungan langsung dengan kemudahan konsumen dalam menjangkau produk. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pemilihan dan penentuan lokasi adalah dengan melihat beberapa pertimbangan yaitu kedekatan dengan industri, pasar, konsumen dan ketersediaan sarana dan prasarana (jalan, listrik, dan lain-lain). Pemasaran utama produk Kelompok Wanita Tani Suka Maju masyarakat sekitar yang bisa disebut dengan konsumen akhir. Proses distribusi dilakukan pada siang hari. Pengiriman dilakukan oleh anggota setiap kali selesai nano-propolisgalo-galo siap di packing. Biasanya konsumen datang langsung untuk menjemput nano-propolis ke Lokasi Produksi Nano-propolis lebah galo-galo di nagari koto laweh atau jika terdapat pengiriman dalam jumlah banyak dan sesuai permintaan pelanggan maka diantarkan menggunakan motor ke lokasi pelanggan. Saluran pemasaran Kelompok Wanita Tani Suka Maju pada kegiatan pengabdian ini dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 5. Saluran distribusi Nnao-propolis Lebah Galo-Galo

### 3.3.3 Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mengkonsumsi suatu produk. Penetapan harga merupakan hal yang sangat penting karena harga merupakan salah satu sebab laku atau tidaknya produk dipasarkan. Keputusan penentuan harga juga sangat signifikan didalam penentuan nilai atau manfaat yang diberikan kepada konsumen dan memiliki peranan penting dalam memberikan gambaran kualitas produk. Penetapan harga yang akan digunakan dalam produksi lebah galo-galo ini sesuai kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah berdasarkan ukuran kemasan. Kemasan 500 ml dengan harga Rp.150.000,00 kemasan 750 ml Rp. 250.000 dan 1000 ml dengan harga Rp. 300.000/botolnya.

### 3.3.4 Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan produk kepada konsumen. Saat ini kegiatan promosi yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Suka Maju yaitu *personal selling* dan *direct marketing* dengan bentuk pemilik menghubungi pelanggan dan membawa contoh produk kemudian memberitahukan mengenai ketersediaan dan keunggulan produk dan langsung menjual ke pasar tradisional terdekat. Promosi yang dilakukan tidak membutuhkan biaya khusus dan tidak terdapat biaya yang dikeluarkan per satuan waktunya. Dalam kegiatan pengabdian ini, Kelompok Wanita Tani Suka Maju diberikan pengetahuan bahwa promosi juga bisa dilakukan melalui Digital Marketing. Digital Marketing adalah kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau *brand* produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efektif, efisien dan relevan. Produk bisa dipromosikan melalui media sosial seperti Facebook, Whatsapp dan Instagram serta melalui Toko Online seperti Tokopedia, Lazada dan

*Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar*  
PkM Pemasaran Hasil ...

Copyright © 2023, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Mahaputra Muhammad Yamin (JUPEMY)*, Volume 02, Nomor 02, November 2023

Shopee dengan membuatkan poster/pamphlet yang jelas dan menarik. Selain itu hal yang perlu diperhatikan adalah pemilihan merk yang biasa disebut “*Branding*” yang khas, mudah diingat dan melekat di benak konsumen.

## KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian ini memberikan Pengetahuan kepada Masyarakat Nagari Koto Laweh yang berprofesi sebagai peternak lebah galo-galo khususnya Kelompok Tani Wanita Suka Maju bahwa budidaya lebah galo-galo memiliki banyak keunggulan diantaranya:

1. Budidaya Lebah Galo-Galo sangat potensial untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.
2. Budidaya Lebah Galo-Galo mudah dilakukan salah satunya dengan pemanfaatan lahan kosong yang ada disekitar pekarangan rumah.
3. Hasil produksi lebah galo-galo memiliki banyak manfaat bagi kesehatan karna dapat menghasilkan berbagai jenis produk salah satunya nano-propolis yang memiliki manfaat dan harga jual yang tinggi.
4. Seiring berkembangnya teknologi dan informasi dan kebutuhan masyarakat akan nanopropolis juga karna sangat banyak manfaatnya bagi kesehatan maka pemasaran hasil produksi nano-propolis lebah galo-galo ini dapat dikembangkan *Direct Marketing* (langsung) ke *Digital Marketing*. Pemasaran digital marketing ini memiliki jangkauan yang lebih luas, efektif dan efisien yang akan berdampak pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraan Masyarakat Nagari Koto Laweh yang berprofesi sebagai peternak lebah galo-galo khususnya Kelompok Tani Wanita Suka Maju.

## SARAN

Perlu dilakukan program pendampingan yang terus menerus dalam marketing produk lebah galo-galo sehingga peternak mampu memproduksi dan menjual produk secara mandiri.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi melalui Direktur Riset, teknologi dan pengabdian kepada Masyarakat yang telah memberikan pendanaan Kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui skim Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan nomor kontrak No 05.2/LP3M-UMMY/Kontrak PKM/2023.

*Fajri Basyirun, Tri Astuti, Syahro Ali Akbar*  
PkM Pemasaran Hasil ...

**DAFTAR PUSTAKA**

- Abduh, M.Y., A. Adam, M. Fadhlullah, R.E. Putra and R. Manurung. 2020. Production of propolis and honey from *Tetragonulalaeviceps* cultivated in modular *Tetragonula* hives. *Heliyon* 6:1-8.
- Akbar Syahro A., Tri Astuti, Fajri Basyirun. 2023. Beternak lebah galo-galo sebagai pembedayaan ekonomi kelompok tani wanita di nagari koto laweh, kab. Solok. *Community Development Journal*, Vol.4 No. 4 Tahun 2023, Hal. 8656-8661
- Harjanto, S., M. Mujiyanto, Arbainsyah dan A. Ramlan. 2020. Budidaya lebah madukelulut sebagai alternatif mata pencaharian masyarakat.
- Hasan, A.E.Z. 2006. Potensi propolis lebah madu *Trigona spp.* sebagai bahan antibakteri. Seminar Nasional HKI, Bogor.
- Kwapong, P., K. Aidoo, R. Combeyand A. Karikari. 2020. Stingless bees: Importance management and utilization – A training manual for stingless beekeeping. Unimax Macmillan, Ghana.