

MODEL BISNIS KELOMPOK USAHA MADU LINOT DI KECAMATAN SAMATIGA KABUPATEN ACEH BARAT

Dedy Darmansyah¹, Yoga Nugroho²

¹²)Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Teuku Umar, Meulaboh
E-mail: dedydarmansyah@utu.ac.id

Abstract

Business models reflect strategic choices and operational implications that help companies to communicate, analyze, test and validate a cause-and-effect relationship that stems from the strategic choices made. The potential of the linot honey cultivation business group in Samatiga Sub-District still cannot be maximized by the members of the group, which can be seen from the market conditions that is still underdeveloped compared to the market owned by the linot honey cultivation business group in other provinces. One of the cause for this problem is the lack of innovative attitude of the company's actors. So the Business Group must map the current business model. The research was conducted in business model mapping using the Business Model Canvas (BMC) method. The results of this study describe the customer segments of the Madu Linot Business Group consisting of 3 segments, namely local consumers, tourists and resellers. As for the value proposition (Value Propositions). The value proposition offered by this business is guaranteed purity, new products harvested and affordable prices

Keywords : BMC, business model, mapping, honey linot

Abstrak

Model bisnis mencerminkan pilihan strategis dan implikasi operasional yang membantu perusahaan untuk berkomunikasi, menganalisis, menguji dan memvalidasi sebuah hubungan sebab-akibat yang berasal dari pilihan strategi yang dibuat. Potensi yang dimiliki oleh Kelompok Usaha budidaya madu linot di Kecamatan Samatiga masih belum bisa dimaksimalkan oleh anggota kelompok tersebut, terlihat dari kondisi pasar produk mereka yang masih belum berkembang dibandingkan dengan pasar yang dimiliki oleh kelompok usaha budidaya madu linot yang berada di Provinsi Jawa Barat. Salah satu penyebab masalah ini adalah kurangnya sikap inovatif dari pelaku perusahaan tersebut. Maka Kelompok Usaha tersebut harus memetakan model Usaha yang dijalankan saat ini. Penelitian dilakukan dalam pemetaan model bisnis dengan metode Business Model Canvas (BMC). Hasil dari penelitian ini menggambarkan segmentasi pelanggan (customer segments) dari Kelompok Usaha Madu Linot terdiri dari 3 segmen yaitu konsumen lokal, wisatawan dan Reseller. Sementara untuk proposisi nilai (Value Propositions), Value Proposition yang ditawarkan oleh usaha tersebut adalah Kemurnian yang terjamin, produk baru di panen dan harga terjangkau.

Kata Kunci : BMC, model bisnis, pemetaan, madu linot

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki beberapa jenis lebah, hal ini merupakan nilai yang dimiliki Indonesia dalam meningkatkan Hasil Hutan Bukan Kayu (HHBK). Keunggulan ini harus

dimanfaatkan secara optimal dan ramah lingkungan. Kombinasi potensi pemanfaatan lebah dan tumbuhan hutan akan memberikan manfaat bagi peningkatan ekspor madu Indonesia serta peningkatan kesejahteraan dan pendapatan

masyarakat. Peningkatan kebutuhan gizi masyarakat secara tidak langsung akan memperoleh manfaat dari terselenggaranya kegiatan tersebut dan menciptakan lapangan pekerjaan dalam meningkatkan kesejahteraan dan pendapatan masyarakat. Hal ini akan sangat membantu kelestarian hutan di Indonesia untuk terus terjaga dengan produksi pertanian yang terus meningkat (Kurnia,2013).

Selain madu yang berasal dari lebah apis yang biasa dikenal, madu dapat juga dihasilkan oleh hewan lain selain lebah yaitu *Trigona Itama* sp. Dalam bahasa Aceh sering disebut dengan "Linot" termasuk jenis serangga penghasil madu dan saat ini banyak terdapat di Provinsi Aceh khususnya Kabupaten Aceh Barat dimana para pelaku usaha budidaya madu linot mulai bermunculan. Madu yang dihasilkan memiliki khasiat yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan madu lebah biasa. *Trigona Itama* sp menyimpan madu di dalam tempat yang kecil yang dilapisi oleh propolis yang rasanya sedikit asam dibandingkan dengan madu lebah biasa. Lebah *Trigona Itama* sp dapat menghasilkan tiga produk yaitu, madu, propolis dan bee pollen. Lebah *Trigona Itama* sp ini menghasilkan madu diproses dalam sarang yang tidak bergelantungan seperti sarang lebah, tetapi sarang *Trigona Itama* sp

berada dirongga batang pohon besar seperti rambutan, kelapa, mangga, manggis atau durian (Kurnia,2013). Penyebaran Lebah *Trigona Itama* sp banyak terdapat di daerah tropis dunia seperti Australia, Afrika, Asia Tenggara, dan Amerika tropis yang merupakan kawasan hutan lindung dan banyak terdapat tanaman bunga. Indonesia merupakan daerah tropis dimana berbagai jenis tumbuhan berbunga sepanjang tahun, sekitar 25.000 tumbuhan berbunga tumbuh dan berkembang. berkembang biak di Indonesia. (Peternak Lebah Kelulut Borneo, Kalimantan Selatan). Keanekaragaman spesies tanaman yang sangat besar memungkinkan ketersediaan nektar sepanjang tahun. Di dalam bunga tanaman ini terdapat nektar yang merupakan bahan baku utama pembuatan madu. Selain nektar, lebah juga membutuhkan serbuk sari dari tumbuhan sebagai sumber protein dan air untuk kebutuhan anggota koloni. Jadi ada banyak *Trigona Itama* sp (Sihombing, 2005).

Lebah *Trigona Itama* sp merupakan salah satu sumber daya hutan yang potensial untuk dikembangkan dalam pembudidayaan, hal ini disebabkan sumber pakan lebah yang melimpah (hampir semua tumbuhan yang menghasilkan bunga dapat dijadikan sebagai sumber pakan) baik yang berasal dari tanaman hutan, tanaman

pertanian maupun tanaman perkebunan. Banyak masyarakat yang membudidayakan lebah madu. Biasanya jenis lebah *Trigona Itama* sp lebih sering dipilih untuk budidaya, karena lebah jenis ini tidak memiliki sengat jadi lebih mudah untuk dipelihara.

Keinginan dalam melakukan pengolahan secara maksimal agar dapat mengembangkan usaha dan mendapatkan profit yang tinggi demi kelanjutan usaha diinginkan oleh banyak Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot. Provinsi Aceh, Kabupaten Aceh Barat terdapat satu kelompok petani yang mengembangkan usaha pada madu linot dan dapat mewakili potensi yang dimiliki Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot tersebut. Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot tersebut memiliki kepastian kuantitas dan kualitas pada Madu Linot. Gampong Paya Lumpat Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat merupakan desa yang masih memiliki lahan terbuka dan banyak pepohonan besar serta sumber daya hayati dalam kawasan hutan yang masih asri. Karenanya minat dalam kultivasi Lebah *Trigona Itama* sp ini dikarenakan kondisi Gampong Tutut terlihat masih desa pedalaman yang berjarak sekitar 30 km dari pusat kota. Lahan masih terbuka dan masih banyak pohon besar sehingga banyak terdapat *Trigona Itama* sp. lebah. Maka dari kondisi tersebut, masyarakat

dapat membudidayakan lebah *Trigona Itama* sp, karena hewan kecil ini memiliki banyak manfaat bagi kesehatan manusia. dan juga menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Dalam melakukan pengembangan bisnis, Kelompok Usaha harus mengetahui bagaimana model bisnis yang sedang dijalankan dalam upaya pengembangan usaha. Menurut Pravitasari (2012) model bisnis adalah sebuah prototipe yang dikembangkan oleh perusahaan dalam rangka menjelaskan bagaimana proses bisnis sebuah perusahaan dan bagaimana proses penciptaan nilai bagi stakeholders dalam perusahaan. Model bisnis mencerminkan pilihan strategis dan implikasi operasional yang membantu perusahaan untuk berkomunikasi, menganalisis, menguji dan memvalidasi sebuah hubungan sebab-akibat yang berasal dari pilihan strategi yang dibuat (Shafer et al. 2005 dalam Wiska 2016). Sehingga penting bagi kelompok usaha madu linot di Kecamatan Sama Tiga Kabupaten Aceh Barat Melakukan pemetaan dalam bentuk Business Model Canvas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan Januari 2021 sampai dengan Maret 2021 pada Kelompok Usaha Madu Linot Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat. Penentuan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu. Keuntungan dari teknik purposive adalah bahwa tujuan peneliti dapat terpenuhi. Responden dalam penelitian ini adalah Kelompok Usaha dalam memperoleh informasi untuk pemetaan model bisnis yang dijalankan oleh pengusaha.

Prosedur Penelitian

Penelitian ini melakukan pemetaan model bisnis yang terdiri dari sembilan bagian: *Value Proposition, Channels, Customer Segments, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners dan Cost Structure*.

Bentuk data yang digunakan dalam menganalisis model usaha Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot saat ini adalah data kualitatif. Data kualitatif adalah data yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka atau bilangan melainkan kalimat yang

menggambarkan suatu peristiwa atau kegiatan (Moleong 2014). Dalam data kualitatif, jumlah teori dimiliki harus lebih banyak menyesuaikan dengan fenomena yang berkembang di lapangan. Teori bagi peneliti akan berfungsi sebagai bekal untuk bisa memahami konteks secara lebih luas dan mendalam. Walaupun penelitian kualitatif dituntut untuk menguasai teori, namun dalam melaksanakan penelitian harus mampu melepaskan teori yang dimiliki tersebut dan tidak digunakan sebagai panduan untuk mengembangkan instrumen dan sebagai pedoman untuk wawancara dan observasi. Kualitatif harus “emik perspektif” yang berarti memperoleh data, bukan sebagaimana mestinya, bukan berdasarkan apa yang peneliti pikirkan, tetapi berdasarkan apa yang ada di lapangan, dialami dan dipikirkan oleh partisipan atau sumber data. Borg dan Gall dalam Sugiyono (2014) menyatakan bahwa penelitian kualitatif lebih sulit daripada penelitian kuantitatif, karena data yang dikumpulkan bersifat subjektif dan instrumen sebagai alat pengumpulan data adalah peneliti itu sendiri.

Instrumen penelitian kualitatif menurut Lincoln, Guba dalam Sugiyono (2014) menyatakan bahwa dalam penelitian kualitatif tidak ada pilihan lain selain menjadikan manusia sebagai instrumen

penelitian utama. Alasannya adalah bahwa hal-hal belum memiliki bentuk yang pasti. Masalah, fokus penelitian, prosedur penelitian, hipotesis yang digunakan, bahkan hasil yang diharapkan, tidak dapat ditentukan dengan pasti dan jelas sebelumnya. Semuanya masih perlu dikembangkan sepanjang penelitian. Dalam situasi yang sama sekali tidak pasti dan tidak jelas, hanya peneliti sendiri sebagai satu-satunya alat yang dapat mencapainya.

Teknik analisis data yang digunakan dalam pemetaan model bisnis mengacu pada teori dari Moleong (2012) yaitu:

1. Mengumpulkan semua data yang diperoleh dari berbagai sumber melalui wawancara.
2. Reduksi data, membuat abstraksi berupa rangkuman mengenai inti dari penelitian, proses, dan pernyataan yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Kategorisasi di mana peneliti dituntut untuk menyusun data ke dalam kategori yang disusun berdasarkan pandangan, pendapat atau kriteria tertentu.
4. Pemeriksaan keabsahan data untuk menunjukkan bahwa isi data penelitian benar-benar asli atau valid dengan menggunakan teknik triangulasi di mana teknik ini menggunakan sesuatu yang lain selain data misalnya rekaman wawancara.

Business Model Canvas (BMC)

Menurut Blank dan Dorf (2012) model bisnis merupakan konsep yang baru dan berbeda dengan bisnis plan. Pada bisnis plan terdapat asumsi-asumsi yang sebenarnya masih merupakan hipotesis yang belum teruji. dengan menggunakan model bisnis maka asumsi-asumsi dapat lebih mudah dituangkan untuk diuji lebih lanjut dalam kanvas bisnis. Wawancara kepada pemilik perusahaan dan eksternal sebagai pelengkap informasi dengan menggunakan jenis pertanyaan terbuka dan tertutup. Hasil wawancara semi terstruktur dengan pertanyaan terbuka kepada pemilik perusahaan Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot menghasilkan pemetaan model perusahaan yang dijalankan Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot saat ini dalam bentuk Business Model Canvas (BMC). BMC terdiri dari 9 komponen (Osterwalder dan Pigneur, 2016), antara lain:

1. Segmen Pelanggan
Tahap pertama dimana pemilik perusahaan harus mengetahui segmentasi pelanggan dari perusahaan Grup Usaha Budidaya Madu Linot yaitu siapa saja pelanggan dari produk Grup Usaha Budidaya Madu Linot yang telah dipasarkan.

- Segmentasi pasar adalah suatu proses membagi pasar menjadi kelompok customer yang berbeda berdasarkan kesamaan ciri dan kebutuhan yang akan mengarahkan mereka di dalam menanggapi suatu produk yang ditawarkan dan program pemasaran secara seragam (Mullin dan Walker, 2010)
2. **Proposisi Nilai (Value Propositions)**
Komponen ini akan dianalisa nilai dari produk yang telah diberikan oleh perusahaan Grup Budidaya Madu Linot kepada konsumen dalam upaya menarik konsumen.
 3. **Saluran Pemasaran (Channels)**
Komponen ini untuk melihat bagaimana alternatif yang digunakan perusahaan Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot dalam menyampaikan atau menyerahkan barangnya kepada pelanggan.
 4. **Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationships)** Komponen ini melihat alternatif yang dibuat oleh perusahaan Grup Budidaya Madu Linot dengan konsumen.
 5. **Arus Pendapatan (Revenue Stream)**
Komponen ini akan dianalisa untuk pendapatan, sistem pembayaran yang diperoleh perusahaan Grup Budidaya Madu Linot dan bagaimana kontribusi

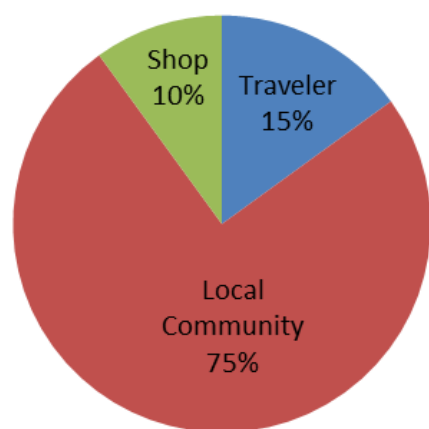
alternatif tersebut digunakan untuk pendapatan perusahaan secara keseluruhan

6. **Sumberdaya Utama (Key Resources)**
Pada komponen ini dapat dianalisa apa saja sumber daya utama yang berperan penting dalam kegiatan perusahaan Grup Usaha Budidaya Madu Linot
7. **Aktivitas Kunci (Key Activities)**
Komponen ini akan menganalisis aktivitas utama apa yang memiliki pengaruh penting pada penciptaan nilai produk oleh perusahaan Grup Budidaya Madu Linot.
8. **Mitra Utama (Key Partnerships)**
Komponen ini akan dianalisa mengenai siapa saja yang menjadi mitra utama perusahaan Grup Usaha Budidaya Madu Linot.
9. **Struktur Biaya (Cost Structure)**
Komponen ini akan menganalisa biaya-biaya apa saja yang dikeluarkan oleh perusahaan Grup Budidaya Madu Linot dalam melakukan kegiatan produksi dan penjualan.

HASIL PEMBAHASAN

Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot di Gampong Paya Lumpat Kecamatan Samatiga Kabupaten Aceh Barat berdasarkan wawancara awal dengan Kelompok Usaha Madu Linot mengatakan

usaha budidaya Lebah *Trigona Itama* sp ini termotivasi dari pelatihan yang dilakukan oleh Ranger Aceh di Aceh Besar. Usaha yang dirintis sejak tahun 2019 hingga sekarang dan berkembang dari 21 kotak sarang hingga saat ini telah berkembang menjadi 23 kotak sarang lebah yang dijalankan. Madu linot diambil dari sarangnya sebulan sekali atau bahkan dua bulan sekali tergantung permintaan konsumen. Dalam satu sarang diperoleh madu sebanyak 1 liter tergantung musim terutama pada musim semi dengan harga 1 liter Rp. 750.000 bahkan dalam ukuran kecil berupa botol 100 ml dengan harga Rp. 75.000. Dalam upaya distribusi dan pemasaran masih dominan di sekitar Kabupaten Aceh Barat, ada pula yang untuk oleh-oleh dan reseller di luar Kabupaten Aceh Barat. Hal ini dapat dilihat pada diagram berikut :



Gambar 1. Diagram konsumen Kelompok Usaha Madu Linot Kecamatan Sama Tiga

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa konsumen paling banyak berasal dari dalam daerah Kabupaten Aceh Barat yaitu sebesar 75%, sementara untuk wisatawan hanya 15% dan untuk *reseller* luar daerah 10%. Hal tersebut dikarenakan jumlah produksi madu linot saat ini masih terbatas dan belum mampu memenuhi secara keseluruhan permintaan konsumen.

Business Model Canvas

Menurut Efrial (2016) bahwa dalam merancang model bisnis kanvas dapat dimulai dengan pengisian kolom customer segments dan berakhir pada kolom cost structure. Alasan tersebut dikarenakan perspektif dari konsumen akan membawa prinsip dasar dari seluruh proses perancangan model bisnis. Untuk dapat melihat secara keseluruhan rangkaian model bisnis yang dijalankan oleh usaha madu linot dapat dilihat pada pemetaan model bisnis berikut ini:



Gambar 2. Model Bisnis Kelompok usaha Madu Linot Kecamatan Sama Tiga

Dari pemetaan model bisnis diatas dapat dilihat secara keseluruhan desain model bisnis yang dijalankan oleh kelompok usaha madu linot di kecamatan sama tiga kabupaten Aceh Barat. Penjelasan 9 bagian BMC dari model bisnis yang berjalan adalah sebagai berikut:

1. Segmentasi Pelanggan (Customer Segments)

Konsumen dari Kelompok Usaha Madu Linot terdiri dari 3 segment yaitu konsumen lokal untuk dikonsumsi sendiri, wisatawan yang menjadikan produk madu linot sebagai oleh-oleh dan *Reseller* di luar kabupaten yang menjual produk kepada konsumen akhir.

2. Proposisi Nilai (Value Propositions)

Value Proposition yang ditawarkan oleh usaha tersebut adalah Kemurnian Terjamin, Produk baru di panen dan Harga Terjangkau. Penawaran kemurnian terjamin dikarenakan mulai maraknya madu oplosan yang diperjual belikan dipasaran, sehingga jaminan kemurnian madu diharapkan mampu menjawab kebutuhan konsumen yang memperhatikan kualitas hasil madu. Sementara produk baru dipanen juga menjadi value dalam model bisnis kelompok madu linot tersebut dikarenakan banyak madu saat ini di pasaran yang jarak konsumsi dengan panennya jauh sehingga konsumen tidak mendapatkan produk baru untuk dikonsumsi. Kondisi baru dipanen juga dikarenakan stok saat ini yang ada

masih terbatas, hal tersebut membuat hasil yang baru di panen dalam hitungan jam atau paling telat 2 hari. Untuk harga terjangkau sebagai value propositionnya, pelaku usaha melihat peluang dimana harga produk kompetitor dipasaran saat ini sebagian besar tinggi.

3. Saluran Pemasaran (Channels)

Saluran pemasaran yang saat ini digunakan oleh kelompok usaha madu linot adalah pemasaran langsung dimana konsumen membelanja langsung produknya. Kondisi tersebut juga menambah nilai kepercayaan konsumen yang terkadang sambil membeli bisa berkunjung ke lokasi sarang yang memproduksi madu linot

4. Hubungan dengan Pelanggan (Customer Relationships)

Alternatif yang dilakukan oleh perusahaan Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot adalah melalui edukasi Instagram dan edukasi Ekspo. Edukasi melalui instagram dilakukan dengan memposting kegiatan yang dilakukan oleh kelompok usaha madu linot mulai dari proses pembuatan sarang untuk menambah jumlah produksi, perawatan dan juga pemanenan madu dengan hasil yang higienis. Sementara untuk edukasi ekspo dilakukan dengan ikut serta terlibat dalam kegiatan ekspo, tujuannya adalah untuk

mengedukasi calon konsumen mengenai informasi produk madu linot mengenai prosesnya, kualitas dan juga manfaat yang didapatkan dari mengkonsumsi madu.

5. Arus Pendapatan (Revenue Stream)

Sistem pembayaran yang diperoleh oleh Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot adalah pembayaran langsung oleh konsumen yang melakukan pembelian produk madu linot. Saat ini transaksi hanya menggunakan alternatif pembayaran langsung dikarenakan sistem penjualan yang berjalan saat ini lebih dominan konsumen lokal sehingga alternatif pembayaran yang mudah adalah pembayaran langsung konsumen.

6. Sumberdaya Utama (Key Resources)

Sumberdaya utama yang berperan penting dalam kegiatan perusahaan Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot adalah tenaga kerja, mesin pemanen dan sarang lebah. Tenaga kerja terdiri dari 8 orang pekerja yaitu bagian pemasaran 2 orang, bagian penyuplai sarang madu 2 orang, bagian perawatan dan produksi 3 orang dan 1 orang tenaga administrasi. Sistem penggajian bagian pemasaran, bagian perawatan produksi dan bagian administrasi masih berupa sistem bagi hasil, sementara bagian penyuplai digaji berdasarkan jumlah sarang madu yang

bertambah dalam proses pengembangan usaha. Mesin panen yang saat ini tersedia hanya 1, mesin tersebut merupakan alat vacum yang menyedot madu pada sarang. Mesin tersebut mulai digunakan pada bulan maret 2020, sementara sebelumnya kelompok usaha masih menggunakan spet dan selang. Perbedaannya apabila menggunakan mesin vacum maka madu yang disedot akan lebih maksimal tidak tersisa dan waktu untuk memanen satu sarang hanya membutuhkan 30 menit. Sementara apabila menggunakan spet dan selang masih banyak menyisakan madu dan membutuhkan waktu sekitar 2 jam untuk satu sarang. Sarang lebah yang dirakit terbuat dari kayu dengan ukuran.

7. Aktivitas Kunci (Key Activities)

Aktivitas kunci yang berperan penting dalam penciptaan nilai produk adalah pemanenan, pengemasan dan pembukuan. Pemanenan dilakukan pada 3 sd 5 bulan sekali panen dalam satu sarang tergantung jenis lebahnya. Sementara pengemasan menggunakan 2 bahan kemasan yaitu botol plastik dan botol kaca dalam kapasitas 100 ml sd 600 ml. Untuk pembukuan dilakukan pada saat ada pemesanan atau produksi sehingga data pemesanan terekap dengan baik dan pendistribusian produksi sesuai dengan pemesanan konsumen.

8. Mitra Utama (Key Partnerships)

Peternak madu linot menjadi mitra utama kelompok usaha madu linot. Hal tersebut dikarenakan kelompok madu linot melakukan kemitraan dengan pendampingan kepada masyarakat yang berminat melakukan budidaya madu linot. Pendampingan tersebut diharapkan dapat meningkatkan jumlah produksi madu untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

9. Struktur Biaya (Cost Structure)

Biaya yang dikeluarkan oleh Kelompok Usaha Budidaya Madu Linot dalam melakukan aktivitas produksi dan penjualan adalah pembelian Baterai, Gaji Pekerja, Pembelian bahan baku sarang, Biaya perawatan alat serta tempat dan biaya transportasi.

KESIMPULAN

Hasil dari penelitian ini menggambarkan segmentasi pelanggan (customer segments) dari Kelompok Usaha Madu Linot di Kecamatan Samatiga, Kabupaten Aceh Barat, terdiri dari 3 segmen yaitu konsumen lokal, wisatawan dan Reseller. Sementara untuk proposisi nilai (Value Propositions), Value Proposition yang ditawarkan oleh usaha tersebut adalah kemurnian yang terjamin, produk baru di panen dan harga terjangkau.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Blank S, Dorf B. 2012. *The Startup Owner's Manual: The Step-by Step Guide for Building a Great Company*. United State of America: K&S Ranch, Inc. Publisher
- Efrial, F. 2016. *Membangun Model Bisnis Startup Teknologi Berbasis Wirausaha*
- Kurnia N S, 2013. *Analisis Finansial Usaha Budidaya Lebah Madu Apis Cerana Fabr. Di Dusun Sidomukti Desa Buana Sakti Kecamatan Batanghari Kabupaten Lampung Timur*. Jurnal.fp.unila.ac.id.Vol 1 nomor 1
- Moleong J, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Mullin, J.W., & Walker, 2010, *Marketing management: A Strategic decision making approach (7th ed)*. (New York: Mc Graw Hill).
- Osterwalder A, Pigneur Y. 2016. *Business Model Generation*. Sihandrini NR, penerjemah; Clark T, editor. Jakarta (ID): Penerbit PT Elex Media Komputindo. Terjemahan dari: *Business Model Generation*.
- Pravitasari RJ. 2012. *Desain Model Bisnis "Mr.BrownCo"* Bogor. Skripsi. Fateta. Institut Pertanian Bogor.
- Sihombing, D.T.H. 2005. *Ilmu Ternak Lebah Madu*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiska F, Syarief R, Baga LM. 2016. *Developing" Sekolah Peternakan Rakyat" Program Using The Business Model Canvas Approach (Case Study: Bojonegoro Regency)*. Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship (IJBE), 2(2), 69.