

# STRATEGI PENINGKATAN NILAI TAMBAH MADU DI WISATA BADUY

LEFIN KAFINDRA



PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH  
SEKOLAH PASCASARJANA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis berjudul Strategi Peningkatan Nilai Tambah Madu di Wisata Baduy adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini. Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Desember 2025

Lefin Kafindra  
NIM P0504231007



## RINGKASAN

LEFIN KAFINDRA. Strategi Peningkatan Nilai Tambah Madu di Wisata Baduy.  
Dibimbing oleh MA'MUN SARMA dan BUDI SUHARJO.

Madu Baduy merupakan salah satu produk unggulan lokal yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat Baduy sekaligus mendukung pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Lebak, Banten. Produk ini dikenal karena kealamiannya, diproduksi secara tradisional, selaras dengan budaya lokal. Produk madu Baduy masih menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan dalam inovasi dan diversifikasi produk, kemasan yang kurang menarik, serta akses pasar yang terbatas. Minimnya promosi digital dan belum adanya sertifikasi resmi juga menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing di pasar nasional maupun internasional.

Berdasarkan hasil analisis preferensi konsumen dan pelaku usaha madu Baduy, diketahui bahwa sebagian besar konsumen mempertimbangkan kualitas dan kemurnian madu sebagai faktor utama dalam keputusan pembelian. Adanya inovasi nilai tambah seperti kemasan modern, sertifikasi halal-organik, serta pemasaran melalui *e-commerce* perlu dilakukan. Produsen madu Baduy menilai bahwa pelatihan inovasi produk, bantuan permodalan, dan kerjasama dengan sektor pariwisata sangat dibutuhkan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan pemasaran. Strategi yang tepat diperlukan untuk menjawab tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Analisis nilai tambah pada produksi madu menunjukkan bahwa proses pengolahan memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, karena bahan baku tidak menimbulkan biaya, sehingga seluruh nilai tambah ekonomi berasal semata dari aktivitas pengolahan. Nilai tambah yang dihasilkan sebesar Rp110.714/L, atau 71,43% dari nilai output. Hal ini menunjukkan efisiensi proses pengolahan yang tinggi. Melalui pendekatan analisis SWOT, IFE, EFE, dan QSPM, strategi prioritas yang dapat dikembangkan adalah pemanfaatan pemasaran digital, inovasi pengemasan, serta penguatan kerjasama pariwisata. Strategi-strategi ini dinilai paling efektif dalam meningkatkan nilai tambah madu Baduy, karena mampu mengintegrasikan kekuatan internal dengan peluang eksternal yang ada. Diperlukan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan pelaku usaha untuk mendorong keberlanjutan usaha madu Baduy sebagai produk unggulan yang bernilai ekonomi dan budaya tinggi. Madu Baduy diharapkan tidak hanya menjadi simbol kearifan lokal, juga sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi daerah.

**Kata kunci:** inovasi produk, madu Baduy, nilai tambah, pengembangan pariwisata, strategi pemasaran,

@Harajita Minir IPB University

## SUMMARY

LEFIN KAFINDRA. Value-Added Enhancement Strategy for Honey in Baduy Tourism. Supervised by MA'MUN SARMA dan BUDI SUHARJO.

Baduy honey is one of the prominent local products with significant potential to enhance the economic value of the Baduy community while also supporting the development of the tourism sector in Lebak Regency, Banten. This product is known for its natural quality, traditional production methods, and strong ties to local culture. However, Baduy honey still faces several challenges, such as limited product innovation and diversification, less attractive packaging, and restricted market access. The lack of digital promotion and absence of official certifications also hinder its competitiveness in both national and international markets.

Based on the analysis of consumer preferences and business actors involved in Baduy honey production, it was found that most consumers prioritize honey quality and purity when making purchasing decisions. There is a need for value-added innovations such as modern packaging, halal-organic certification, and marketing through *e-commerce* platforms. Baduy honey producers acknowledge the importance of product innovation training, financial support, and partnerships with the tourism sector to improve production capacity and marketing reach. Therefore, appropriate strategies are necessary to address these challenges and seize existing opportunities.

The value-added analysis of honey production shows that the processing stage provides a significant economic contribution, mainly because the raw materials incur no cost, so all economic value is generated through processing activities. The resulting value added of Rp110,714 per liter, or 71.43% of the output value, indicates a high level of process efficiency. Through SWOT, IFE, EFE, and QSPM analyses, the most prioritized strategies include the use of digital marketing, packaging innovation, and strengthening cooperation with the tourism sector. These strategies are considered the most effective in increasing the value-added potential of Baduy honey, as they integrate internal strengths with external opportunities. Synergy between communities, government, and entrepreneurs is essential to ensure the sustainability of Baduy honey as a high-value economic and cultural product. Ultimately, Baduy honey is expected not only to symbolize local wisdom but also to become a driver of regional economic growth.

**Keywords:** *Baduy honey, marketing strategy, product innovation, tourism development, value-added.*



© Hak Cipta Milik IPB, Tahun 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

# STRATEGI PENINGKATAN NILAI TAMBAH MADU DI WISATA BADUY

**LEFIN KAFINDRA**

Tesis  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Magister Sains pada  
Program Studi Pengembangan Industri Kecil Menengah

**PENGEMBANGAN INDUSTRI KECIL MENENGAH  
SEKOLAH PASCASARJANA  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University  
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Penguji Pada Ujian Tesis: Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo, DEA

Judul Tesis : Strategi Peningkatan Nilai Tambah Madu di Wisata Baduy  
Nama : Lefin Kafindra  
NIM : P0504231007

Disetujui oleh

Pembimbing 1:  
Prof. Dr. Ir Ma'mun Sarma, MS, M.Ec



Pembimbing 2:  
Dr. Ir. Budi Suharjo, MS



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Prof. Dr. Ir. Hartrisari Hardjomidjojo, DEA  
NIP 19610630 198603 2003



Dekan Sekolah Pascasarjana  
Prof. Dr. Ir. Dodik Ridho Nurrochmat, M.Sc.F.Trop, IPU  
NIP 19700329 199608 1001



Tanggal Ujian:  
(4 November 2025)

Tanggal Pengesahan:  
( )

## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga tesis ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang akan dilaksanakan pada bulan Desember 2024 sampai April 2025 ini ialah nilai tambah, dengan judul Strategi peningkatan nilai tambah madu di wisata Baduy.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak Prof. Dr. Ir Ma'mun Sarma, MS, M.Ec selaku pembimbing I dan Dr. Ir. Budi Suharjo, MS selaku pembimbing II. Ungkapan terima kasih pula disampaikan kepada ayah, ibu, seluruh keluarga, serta teman-teman atas do'a dan dukungannya. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi masyarakat luas.

Semoga Karya Ilmiah ini bermanfaat bagi perkembangan Ilmu pengetahuan khususnya pada bidang Industri Kecil dan Menengah dan bagi kepentingan pembangunan bangsa, terima kasih.

Bogor, Desember 2025

*Lefin Kafindra*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

## DAFTAR ISI

|                                    |      |
|------------------------------------|------|
| RINGKASAN                          | ii   |
| SUMMARY                            | iii  |
| PRAKATA                            | viii |
| DAFTAR ISI                         | ix   |
| DAFTAR TABEL                       | x    |
| DAFTAR GAMBAR                      | x    |
| DAFTAR LAMPIRAN                    | x    |
| I PENDAHULUAN                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang                 | 1    |
| 1.2 Perumusan Masalah              | 5    |
| 1.3 Tujuan Penelitian              | 5    |
| 1.4 Manfaat Penelitian             | 6    |
| 1.5 Ruang Lingkup Penelitian       | 6    |
| II TINJAUAN PUSTAKA                | 7    |
| 2.1 Madu                           | 7    |
| 2.2 Pemasaran                      | 8    |
| 2.3 Wisata                         | 9    |
| 2.4 Baduy                          | 9    |
| 2.5 Penelitian Terdahulu           | 11   |
| 2.6 Nilai Tambah                   | 10   |
| 2.7 Rantai Pasok                   | 10   |
| III METODE PENELITIAN              | 13   |
| 3.1 Kerangka Berpikir              | 13   |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian    | 14   |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data          | 14   |
| 3.4 Metode Penentuan Responden     | 15   |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data        | 16   |
| 3.6 Metode Analisis Data           | 16   |
| 3.7 Metode Pengolahan Data         | 17   |
| IV HASIL DAN PEMBAHASAN            | 18   |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 18   |
| 4.2 Preferensi Konsumen            | 18   |
| V SIMPULAN DAN SARAN               | 34   |
| 5.1 Simpulan                       | 34   |
| 5.2 Saran                          | 34   |
| DAFTAR PUSTAKA                     | 35   |
| LAMPIRAN                           | 40   |
| RIWAYAT HIDUP                      | 55   |

## DAFTAR TABEL

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| 1 Produksi madu di Indonesia (2018-2022)     | 3  |
| 2 Produksi madu di Banten (2018-2022)        | 4  |
| 3 Penelitian terdahulu                       | 12 |
| 4 Penentuan responden penelitian             | 16 |
| 5 Preferensi konsumen                        | 19 |
| 6 SWOT                                       | 26 |
| 7 Konsumen                                   | 21 |
| 8 Analisis matriks IFE                       | 28 |
| 9 Analisis matriks EFE                       | 29 |
| 10 Nilai matriks IE                          | 30 |
| 11 Analisis strategi dan penilaian prioritas | 31 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| 1 Kerangka berpikir penelitian | 14 |
| 2 Analisis Matriks IE          | 30 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                      |    |
|----------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1 Kuesioner SWOT                                            | 41 |
| Lampiran 2 Kuisisioner QSPM                                          | 44 |
| Lampiran 3 Kuesioner peningkatan nilai tambah madu                   | 48 |
| Lampiran 4 Kuesioner konsumen strategi peningkatan nilai tambah madu | 51 |