

Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Madu Kelulut Melalui Manajemen Usaha dan Social Media Branding pada Kelompok Tani Dewata Borneo Samarinda

Optimization of Stingless Bee Honey Production and Marketing Through Business Management and Social Media Branding at Dewata Borneo Farmer Group Samarinda

Riki Andika ^{1*}

I Kadek Sudiarsana ²

Fadhil Muharram ³

Akhmad Zaini Mubaraq ³

Elson Yun Nasti ¹

I Putu Gede Didik Widiarta ³

^{1*}Department of Forestry, Faculty of Forestry and Tropical Environment, Mulawarman University, Indonesia

²Department of Law, Faculty of Law, Mulawarman University, Indonesia

³Department of Animal Husbandry, Faculty of Agriculture, Mulawarman University, Indonesia

email:

rikiandika@fahutan.unmul.ac.id

Kata Kunci

Madu Kelulut
Manajemen Usaha
Social Media Branding

Keywords:

Stingless bee honey
Business management
Social media branding

Received: June 2026

Accepted: July 2026

Published: August 2026

Abstrak

Madu kelulut (*Trigona* spp.) merupakan komoditas bernilai tinggi dengan kandungan nutrisi serta khasiat kesehatan unggul yang kini semakin diminati oleh masyarakat luas. Tingginya permintaan pasar terhadap produk ini membuka peluang ekonomi yang sangat signifikan, terutama bagi kelompok tani di daerah Kalimantan Timur yang dianugerahi keanekaragaman hayati tinggi. Namun, potensi besar ini belum dapat dimanfaatkan secara optimal akibat adanya kendala pada manajemen internal, tata kelola bisnis, serta strategi pemasaran digital yang dihadapi oleh para peternak lokal. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas Kelompok Tani Dewata Borneo di Kota Samarinda dalam mengoptimalkan produksi dan pemasaran produk madu kelulut. Permasalahan utama yang dihadapi kelompok tani adalah lemahnya tata kelola bisnis, minimnya pencatatan keuangan, serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 24 Juni 2026 bertempat di Pura Prajapati, Kota Samarinda, dengan dukungan pendanaan hibah pengabdian BIMA Kemendikti Saintek. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan dalam tiga aspek utama: (1) manajemen bisnis kelompok tani dan pencatatan keuangan sederhana, (2) penerapan social media branding untuk memperluas jangkauan pasar digital, serta (3) pelatihan teknis budidaya lebah kelulut, teknik pemisahan koloni mandiri, dan optimalisasi hasil panen madu. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman anggota kelompok tani terhadap pengelolaan usaha, kemampuan membuat identitas merek yang menarik di platform digital, serta peningkatan keterampilan budidaya lebah kelulut secara mandiri. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong keberlanjutan usaha madu kelulut lokal sekaligus meningkatkan nilai jual produk di pasar yang lebih luas.

Abstract

Stingless bee honey (*Trigona* spp.) is a high-value commodity with superior nutritional and health benefits that is increasingly favored by the general public. This high market demand creates significant economic opportunities, particularly for farmer groups in the East Kalimantan region, which is highly biodiverse. However, this great potential has not been fully realized due to constraints in internal business management, financial record-keeping, and digital marketing strategies faced by local farmers. Therefore, this community service activity aims to improve the capacity of Dewata Borneo Farmer Group in Samarinda City in optimizing the production and marketing of stingless bee honey products. The main problems faced by the farmer group include weak business governance, minimal financial recordkeeping, and suboptimal use of social media for digital marketing. The activity was conducted on June 24, 2026, at Pura Prajapati, Samarinda City, with funding support from the BIMA Kemendikti Saintek grant scheme. Methods used included training and mentoring in three main aspects: (1) farmer group business management and simple financial recording, (2) implementation of social media branding to expand digital market reach, and (3) technical training on stingless bee cultivation, independent colony separation techniques, and honey harvest optimization. The results showed an increase in group members' understanding of business management, ability to create attractive brand identities on digital platforms, and improved independent stingless bee cultivation skills. This activity is expected to encourage the sustainability of local stingless bee honey businesses while increasing product value in broader markets.



© 2026 Riki Andika, I Kadek Sudiarsana, Fadhil Muharram, Akhmad Zaini Mubaraq, Elson Yun Nasti, I Putu Gede Didik Widiarta. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i8.13431>

How to cite: Andika, R., Sudiarsana, I. K., Muharram, F., Mubaraq, A. Z., Nasti, E. Y., Widiarta, I. P. G. D. (2026). Optimalisasi Produksi dan Pemasaran Madu Kelulut Melalui Manajemen Usaha dan Social Media Branding pada Kelompok Tani Dewata Borneo Samarinda. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 11(8), 2615-2620. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v11i8.13431>

PENDAHULUAN

Madu kelulut (*Trigona* spp.) merupakan salah satu komoditas non-kayu bernilai ekonomi tinggi yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan di Indonesia, khususnya di wilayah Kalimantan Timur. Berbeda dengan madu lebah biasa (*Apis mellifera*), madu kelulut memiliki karakteristik rasa yang khas cenderung asam-manis serta kandungan antioksidan, senyawa fenolik, dan aktivitas antibakteri yang lebih unggul (Mustafa *et al.*, 2024). Wilayah Kalimantan Timur yang dianugerahi keanekaragaman hayati dan vegetasi hutan tropis yang luas memberikan daya dukung lingkungan yang sangat ideal bagi perkembangan budidaya lebah tanpa sengat ini (Widiarta *et al.*, 2025a). Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan pasca pandemi turut memicu lonjakan permintaan pasar terhadap produk herbal dan suplemen alami, menjadikan madu kelulut sebagai salah satu produk unggulan yang memiliki prospek bisnis menjanjikan bagi peternak lokal maupun kelompok tani (Kleden *et al.*, 2023; Kunaedi *et al.*, 2023; Rantika *et al.*, 2025). Secara teoritis, keberhasilan pengembangan usaha mikro berbasis komunitas atau kelompok tani tidak hanya bertumpu pada aspek kuantitas produksi, melainkan sangat dipengaruhi oleh kapasitas manajemen internal dan strategi pemasaran yang diterapkan (Widiarta *et al.*, 2025a). Tata kelola kelompok yang sistematis, pembagian kerja yang jelas, serta pencatatan keuangan yang transparan merupakan fondasi utama dalam menjaga keberlanjutan sebuah usaha kolektif. Di sisi lain, pada era digitalisasi saat ini, penguasaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi instrumen krusial dalam memperluas penetrasi pasar. Pemanfaatan media sosial melalui strategi social media *branding* terbukti mampu mengikis batasan geografis, meminimalkan biaya pemasaran, serta membangun kepercayaan konsumen secara langsung melalui identitas visual dan komunikasi konten yang interaktif (Bilan *et al.*, 2020; Widiarta *et al.*, 2025b). Oleh karena itu, penggabungan keunggulan teknis budidaya dengan modernisasi tata kelola bisnis menjadi kunci utama daya saing komoditas lokal. Namun, potensi ekonomi yang besar dari komoditas madu kelulut ini belum mampu dimanfaatkan secara optimal oleh Kelompok Tani Dewata Borneo yang berbasis di Kota Samarinda, tepatnya di sekitar kawasan Pura Prajapati. Berdasarkan hasil analisis situasi awal, kelompok tani ini menghadapi rantai permasalahan yang kompleks pada aspek hulu hingga hilir. Pada aspek hulu (produksi), para anggota masih melakukan budidaya secara konvensional dan sangat bergantung pada perburuan koloni alam. Mereka belum menguasai teknik pemisahan koloni (*splitting*) secara mandiri, yang mengakibatkan lambatnya pertumbuhan jumlah stup produktif dan fluktuasi volume panen. Sementara itu pada aspek hilir, kelemahan mendasar terletak pada ketiadaan sistem pencatatan keuangan usaha dan manajemen organisasi yang terstruktur. Dari segi pemasaran, penjualan madu kelulut masih bersifat pasif dan terbatas pada konsumen lokal di lingkungan sekitar karena belum adanya upaya membangun identitas merek (*branding*) serta minimnya pemanfaatan *platform* digital sebagai media pemasaran. Apabila ditinjau dari rekam jejak literatur kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan sebelumnya, sebagian besar program intervensi terhadap peternak lebah kelulut cenderung berfokus secara parsial (Dewi *et al.*, 2024; Setyawati *et al.*, 2026). Beberapa kegiatan pengabdian terdahulu umumnya menitikberatkan perhatian hanya pada aspek teknis budidaya, seperti pengenalan jenis vegetasi pakan atau teknik pemanenan yang higienis (Payung *et al.*, 2024). Di sisi lain, terdapat pula program pengabdian yang mengisolasi intervensinya pada aspek pelatihan pemasaran digital semata tanpa menyentuh akar permasalahan internal manajemen organisasi kelompok tani atau kapasitas produksinya (Basir *et al.*, 2023; Subianto *et al.*, 2023). Keterpisahan fokus intervensi ini sering kali menyebabkan ketidakberlanjutan program, di mana kelompok tani mampu memproduksi namun gagal memasarkan, atau sebaliknya, permintaan pasar digital meningkat namun suplai produk dari hulu tidak konsisten akibat kegagalan pengelolaan budidaya dan manajemen usaha. Berdasarkan celah (*gap*) tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan ini memiliki kebaruan (*novelty*) berupa pendekatan hulu-hilir terintegrasi (*integrated upstream-downstream approach*) yang disesuaikan dengan karakteristik sosial-budaya Kelompok Tani Dewata Borneo. Kebaruan ini bermanifestasi pada kombinasi tiga pilar penguatan kapasitas secara simultan, yaitu transfer teknologi pemisahan koloni mandiri lebah kelulut untuk kemandirian produksi (hulu), rekonstruksi tata kelola organisasi kelompok berbasis pencatatan keuangan sederhana (internal), dan penetrasi pasar modern berbasis social media *branding* (hilir). Pendekatan holistik ini memastikan bahwa peningkatan kapasitas teknis peternak berjalan selaras dengan kesiapan

kelembagaan dan perluasan pangsa pasar digital mereka. Selain itu, kegiatan ini memiliki nilai strategis karena didukung oleh skema pendanaan hibah pengabdian dari BIMA Kemendikti Saintek, yang memperkuat akuntabilitas dan keberlanjutan program di lapangan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas kelembagaan, keterampilan teknis produksi, dan kemandirian ekonomi Kelompok Tani Dewata Borneo di Kota Samarinda melalui optimalisasi tata kelola manajemen usaha dan implementasi strategi social media *branding*. Melalui tujuan ini, diharapkan kelompok tani mitra mampu bertransformasi dari sekadar peternak tradisional menjadi unit usaha kolektif yang produktif, akuntabel, memiliki daya saing merek yang kuat di pasar digital, serta mampu menjaga keberlanjutan usaha madu kelulut secara mandiri dalam jangka panjang.

METODE

Alat dan Bahan

Alat yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini meliputi laptop dan proyektor untuk presentasi materi, modul pelatihan yang telah disusun tim pelaksana, lembar kerja pencatatan keuangan sederhana, serta perangkat budidaya lebah kelulut (kotak koloni, alat panen madu). Bahan pendukung yang digunakan antara lain materi ajar tentang manajemen bisnis, panduan social media *branding*, dan panduan teknis pemisahan koloni kelulut.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada Rabu, 24 Juni 2026, bertempat di Gedung Serbaguna Yayasan Pesanggrahan Pertiwinanda, Kelompok Tani Dewata Borneo, Pura Prajapati, Kota Samarinda. Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahapan utama sebagai berikut.

1. Tahap Pelatihan Manajemen Usaha dan Pencatatan Keuangan: Sesi ini mencakup pelatihan manajemen bisnis kelompok tani sebagai satu kesatuan usaha terorganisir, meliputi pembagian tugas dan pengelolaan kelompok. Selain itu, peserta diedukasi mengenai cara pencatatan arus kas (pemasukan dan pengeluaran) secara praktis menggunakan format sederhana yang dapat diterapkan langsung.
2. Tahap Pelatihan Social Media *Branding*: Peserta mendapatkan pelatihan strategi pembuatan identitas merek (*branding*) yang menarik di media sosial. Sesi ini juga mencakup pemanfaatan *platform* digital untuk memperluas jangkauan pasar, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan nilai jual produk madu kelulut lokal.
3. Tahap Pelatihan Teknis Budidaya Kelulut: Sesi ini berfokus pada praktik perawatan lebah kelulut yang benar, teknik pemisahan koloni secara mandiri agar petani tidak bergantung pada pembelian bibit baru, serta strategi optimalisasi hasil panen madu kelulut agar lebih melimpah dan berkualitas tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan lancar dan diikuti secara antusias oleh seluruh anggota Kelompok Tani Dewata Borneo serta didampingi oleh tim pelaksana (Gambar 1a). Berdasarkan evaluasi yang dilakukan sebelum dan sesudah kegiatan, seluruh materi yang diberikan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra.

1. Hasil Pelatihan Manajemen Usaha dan Pencatatan Keuangan

Sesi pelatihan manajemen bisnis kelompok tani difokuskan pada pengorganisasian kelompok sebagai sebuah unit bisnis yang terstruktur (Gambar 1b). Peserta diajarkan mulai dari pembagian peran dan tanggung jawab hingga sistem pengambilan keputusan bersama. Pemahaman tentang pentingnya struktur organisasi yang jelas terbukti meningkatkan motivasi anggota untuk berpartisipasi aktif dalam pengelolaan usaha Bersama (Marliani *et al.*, 2017). Hal ini dibuktikan dengan hasil evaluasi (Tabel I), di mana pemahaman peserta terhadap manajemen bisnis kelompok tani meningkat secara signifikan dari 35,00% sebelum pelatihan menjadi 95,00% setelah pelatihan. Pada sesi pencatatan keuangan sederhana, peserta diperkenalkan dengan format buku kas yang praktis dan mudah digunakan. Format ini dirancang khusus agar dapat diisi tanpa memerlukan latar belakang akuntansi, sehingga seluruh anggota kelompok

tani dapat mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran secara rutin (Permatasari *et al.*, 2024). Adanya pencatatan keuangan yang tertib ini berhasil dipahami dengan baik oleh mitra; tercatat peningkatan kemampuan peserta dalam membuat pencatatan keuangan sederhana dari yang awalnya hanya 25,00% menjadi 90,00% (Tabel I).

2. Hasil Penerapan Social Media Branding

Pelatihan social media *branding* memberikan dampak paling signifikan terhadap kemampuan peserta dalam memanfaatkan *platform* digital. Peningkatan pemahaman ini terlihat sangat mutlak pada data evaluasi (Tabel I), di mana pemahaman konsep social media *branding* melonjak dari 30,00% menjadi 100,00% pascapelatihan. Peserta berhasil merancang identitas merek produk madu kelulut yang lebih menarik, mencakup logo sederhana, tagline produk, serta strategi konten yang konsisten untuk *platform* Instagram dan Facebook. Pemahaman tentang pentingnya visual yang menarik dan narasi produk yang kuat menjadi bekal utama peserta dalam bersaing di pasar digital (Pristalisa *et al.*, 2023; Ananda *et al.*, 2025). Strategi pemasaran digital yang diajarkan meliputi pembuatan konten edukatif tentang manfaat madu kelulut, teknik fotografi produk menggunakan *smartphone*, serta pengelolaan interaksi dengan konsumen di media sosial. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara konsisten dapat meningkatkan penjualan produk UMKM hingga dua kali lipat dalam jangka pendek (Himarosa *et al.*, 2022; Fajrin *et al.*, 2026).

3. Hasil Pelatihan Teknis Budidaya Kelulut

Sesi pelatihan teknis budidaya mendapatkan respons yang sangat positif dari peserta, terutama pada materi teknik pemisahan koloni mandiri dan praktik pemanenan (Gambar 1c). Selama ini, sebagian besar anggota kelompok tani masih bergantung pada pembelian koloni baru dari luar daerah, yang memerlukan biaya cukup besar. Setelah mengikuti pelatihan, peserta terbukti lebih kompeten memahami prosedur pemisahan koloni yang benar sehingga mampu memperbanyak jumlah koloni secara mandiri dan ekonomis. Peningkatan kemampuan penerapan teknik pemisahan koloni ini tergambar jelas dari persentase kesanggupan peserta yang naik dari 40,00% menjadi 95,00% (Tabel I). Materi optimalisasi hasil panen madu juga mencakup praktik langsung teknik pemanenan dan pengemasan yang higienis, waktu panen yang tepat, serta cara penyimpanan madu yang benar. Penguasaan teknik budidaya yang baik merupakan fondasi penting dalam menjamin ketersediaan pasokan produk yang stabil, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha dan kemampuan memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang.

Tabel I. Respon petani sebelum dan sesudah implementasi program dan kegiatan.

Aspek Pelatihan			Sebelum (%)			Sesudah (%)		
			Ya	Ragu	Tidak	Ya	Ragu	Tidak
Memahami manajemen kelompok tani	manajemen	bisnis	35,00	20,00	45,00	95,00	5,00	0,00
Mampu membuat pencatatan keuangan sederhana			25,00	30,00	45,00	90,00	10,00	0,00
Memahami konsep <i>branding</i>	konsep social media		30,00	25,00	45,00	100,00	0,00	0,00
Mampu menerapkan teknik pemisahan koloni			40,00	20,00	40,00	95,00	5,00	0,00



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan pengabdian: (a) Foto bersama tim pelaksana dan seluruh peserta kelompok tani; (b) Sesi penyampaian materi manajemen usaha dan pemasaran media sosial; (c) Praktik langsung penggunaan alat panen dan pengemasan madu kelulut.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Kelompok Tani Dewata Borneo di Kota Samarinda pada tanggal 24 Juni 2026 telah berhasil meningkatkan kapasitas anggota kelompok dalam tiga aspek utama, yaitu manajemen usaha dan pencatatan keuangan, penerapan social media *branding*, serta teknik budidaya lebah kelulut secara mandiri. Hal ini dibuktikan dengan peningkatan persentase tingkat pemahaman dan kemampuan mitra sebelum dan sesudah pelatihan, yaitu pada aspek manajemen bisnis kelompok tani (meningkat dari 35,00% menjadi 95,00%), pencatatan keuangan sederhana (dari 25,00% menjadi 90,00%), pemahaman konsep social media *branding* (dari 30,00% menjadi 100,00%), serta penerapan teknik pemisahan koloni mandiri (dari 40,00% menjadi 95,00%). Peningkatan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh peserta diharapkan dapat mendorong profesionalisme pengelolaan usaha madu kelulut, memperluas jangkauan pemasaran produk melalui *platform* digital, dan memastikan keberlanjutan pasokan produk berkualitas. Untuk kegiatan pengabdian selanjutnya, disarankan adanya pendampingan lanjutan dalam *monitoring* penerapan pencatatan keuangan dan pengelolaan akun media sosial agar dampak pelatihan dapat terjaga dan berkembang secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi atas dukungan pendanaan hibah Pengabdian kepada Masyarakat melalui BIMA Kemdikti Saintek Tahun Anggaran 2026 dengan Kontrak Induk Nomor: 162/C3/DT.05.00/PM/202613 dan Kontrak Turunan Nomor: 2026676/DST/UN17.L1/PM.01.01/2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mulawarman atas fasilitasi dan dukungan institusional yang diberikan. Terima kasih dan apresiasi yang tinggi juga kami sampaikan kepada pengurus beserta seluruh anggota Kelompok Tani Dewata Borneo serta pihak pengelola Pura Prajapati, Kota Samarinda, yang telah menyediakan tempat dan berpartisipasi aktif sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan sukses dan lancar.

REFERENSI

- Ananda ZF, Aurlani F, Pratama A. 2025. Pelatihan Media Sosial Bilingual untuk Promosi Berkelanjutan: Studi Kasus Karang Taruna Dwikora Medan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. **10**(9):2033–2040. <https://10.33084/pengabdianmu.v10i9.9596>.
- Basir A, Faisal F. 2023. Pengembangan Madu Kelulut pada Kelompok Tani Subur Makmur Desa Bincau Muara Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*. **2**(4):684–690. <https://doi.org/10.20527/ilung.v2i4.7486>
- Bilan Y, Mishchuk H, Roshchik I, Kmecova I. 2020. An Analysis of Intellectual Potential and its Impact on the Social and Economic Development of European Countries. *Journal of Competitiveness*. **12**(1):22–38. <https://10.7441/joc.2020.01.02>.
- Dewi CK, Masithoh R, Solihin D, Nurfitriani N, Yudhyani E, Indrawati A, Ekawati E. 2024. Penerapan Brand Identity Produk Petani Madu Kelulut Sungai Siring. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. **3**(5):393–397. <https://10.55681/swarna.v3i5.1313>.
- Fajrin YA, Nuryasinta RK, Rusdianasari F. 2026. Digitalisasi Pemasaran dan Legalitas Merek: Pendampingan Pelaku Usaha Mikro Kecil di Desa Pakukerto Kabupaten Pasuruan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. **11**(4):1104–1115. <https://10.33084/pengabdianmu.v11i4.11632>.

- Himarosa RA, Krisdiyanto K, Wardana PA, Maulana NR, Sofyantoro F. 2022. Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Marketing berbasis Teknologi Informasi. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 7(6):774–781. <https://10.33084/pengabdianmu.v7i6.4099>.
- Kleden R, Rifiana R, Muzdalifah M. 2023. Analisis Usaha Madu Kelulut di Desa Bagok Kecamatan Benua Lima Kabupaten Barito Timur (Studi Kasus Usaha Madu Kelulut Bapak Arsyad). *Frontier Agribisnis*. 7(3):258. <https://10.20527/frontbiz.v7i3.10326>.
- Kunaedi A, Lestari T, Johan J, Utami AS, Prasetyo TB, Andriana A, Angela E. 2023. Pemberdayaan kesehatan masyarakat Desa Gunung Manik Melalui Potensi Desa Budidaya Madu. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 8(6):962–967. <https://10.33084/pengabdianmu.v8i6.5412>.
- Marliani G, Ernawati E, Anwar K. 2017. Manajemen Pemasaran dan Manajemen Usaha bagi Kelompok Wanita Tani Pembuat Telur Asin dan Telur Asin Asap di Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 2(2):79–84. <https://10.33084/pengabdianmu.v2i2.57>.
- Mustafa MZ, Vit P. 2024. Honeyomics and Industrialisation of Madu Kelulut as a Health Supplement: Are We Ready for Scale-Up? *Malaysian Journal of Medical Sciences*. 31(5):1–9. <https://10.21315/mjms2024.31.5.1>.
- Payung D, Rachmawati N, Susilawati S, Busthami Y, Asyari M, Pujawati ED, Hafizianor H, Rezekiah AA, Fithria A, Satriadi T, et al. 2024. Bimbingan Teknis Budidaya Lebah Madu Kelulut Di Desa Kiram Kabupaten Banjar. Repong Damar: *Jurnal Pengabdian Kehutanan dan Lingkungan*. 3(1):13–24. <https://10.23960/rdj.v3i1.7936>.
- Permatasari S, Malinda O, Idsan RS, Ramadhani A, Seiya S. 2024. Pelatihan Pengelolaan Strategi Bisnis, Manajemen Organisasi dan Keterampilan Usaha bagi Masyarakat Kampung Nanas di Palangka Raya. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 9(11):1934–1940. <https://10.33084/pengabdianmu.v9i11.7991>.
- Pristalisa ME, Febriana P, Rochmaniah A. 2023. Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Promosi Produk UMKM Desa Balongdowo. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 8(6):934–940. <https://10.33084/pengabdianmu.v8i6.5500>.
- Rantika N, Auliasari N, Handayani R, Najihudin A, Hindun S, Sriarumtias FF, Gunawan G, Nafisah R, Sujana SN, Irmanto AR. 2025. Penguatan Kesehatan Berbasis Herbal melalui Pembuatan Minuman JALENAS (Jahe Lemon Nanas) Madu kepada Pengurus Cabang Pemuda Persis Tarogong Kaler. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 10(11):2549–2554. <https://10.33084/pengabdianmu.v10i11.10472>.
- Setyawati DA, Gandara E, Harahap N, Adiwijaya IR, Wijayatno K, Lubis HAS. 2026. Pendampingan Inovasi Berbasis Komunitas pada Pertanian Lebah Madu melalui Pendekatan Produksi, Edukasi, Konservasi, dan Polinasi. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*. 11(4):1188–1197. <https://10.33084/pengabdianmu.v11i4.11083>.
- Subianto P, Pungan Y, Takari D, Sabirin S, Benius B, Irawan I, Neneng S, Zakiah W, Tiawon H, Hukom A, et al. 2023. Strategi Digital Marketing Usaha Komoditi Jamur Tiram dan Madu Kelulut di Desa Bukit Bamba, Kecamatan Kahayan Tengah, Kabupaten Pulang Pisau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*. 1(9):2123–2128. <https://10.59837/jpmba.v1i9.478>.
- Widiarta IPGD, Andika R, Aini Q, Agung AP, Qamara C. 2025a. Strategi Peningkatan Daya Saing Agribisnis Madu Kelulut melalui Inovasi Pemasaran dan Hilirisasi Produk. *Jurnal Bersama Ilmu Ekonomi*. 1(4):245–253. <https://doi.org/10.55123/ekonom.v1i4.329>.
- Widiarta IPGD, Sudiarsana IK, Andika R, Azmi F. 2025b. Branding Strategy Based on Innovation and Social Entrepreneurship for Strengthening The Competitiveness and Image of Kelulut Honey Products. *Paser Institute OF Management and Business*. 3(2):31–41. <https://ojs.paser.institute/index.php/PIMS/article/view/102>