

Laporan Penelitian

**Status dan Potensi  
Pasar Madu Organik  
Nasional dan Internasional**

Penyusun:  
Sri Nuryati

Editor:  
J. Indro Surono

**Aliansi Organik Indonesia**  
Graha Sukadamai Lt.2  
Jl. Sukadamai Indah No.1  
Bogor - Indonesia  
Telp./Fax: 62-0251-331785  
E-mail : [organicindonesia@organicindonesia.org](mailto:organicindonesia@organicindonesia.org)  
[www.organicindonesia.org](http://www.organicindonesia.org)

# DAFTAR ISI

<b>Abstrak</b> .....	2-4
<b>BAB I Latar Belakang</b> .....	5-6
<b>BAB II Kondisi Pasar Nasional dan Internasional Produk Madu Organis</b>	
II.1. Kondisi Pasar Nasional Produk Madu Organis .....	7-8
II.2. Kondisi Pasar Internasional Produk Madu Organis .....	8-10
<b>BAB III Kondisi Pasar Nasional dan Internasional Produk Madu Konvensional</b>	
III.1. Kondisi Pasar Nasional Madu Konvensional .....	11-14
III.2. Kondisi Pasar Internasional Madu Konvensional .....	14-18
<b>BAB IV Kesimpulan</b> .....	19
<b>BAB V Rekomendasi</b> .....	20
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	22
<b>DAFTAR TABEL</b>	
Tabel 1: Persyaratan Mutu Madu (SNI 01-3545-1994) .....	13
Tabel 2: Produksi Madu Dunia Per Kawasan .....	16
Tabel 3: Produksi Madu Dunia Per Negara .....	16
<b>DAFTAR GRAFIK</b>	
Grafik 1: Produksi Madu Indonesia 1996-2000 .....	11
Grafik 2: Impor Madu Indonesia 1994-1998.....	12
<b>DAFTAR DIAGRAM</b>	
Diagram 1: Alur pemasaran madu organik untuk dipasarkan di dalam negeri .....	7
Diagram 2: Saluran distribusi madu untuk barang konsumsi .....	14
Diagram 3: Saluran distribusi madu untuk barang industri .....	14
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
1. Data Panen Madu Apis dorsata Indonesia .....	22
2. Indonesia Honey Production from 1993-1998 .....	23
3. Data Ekspor Impor Madu Indonesia .....	24
4. Europe Honey Import 2001 .....	25-26
5. Produksi dan Perdagangan Madu Dunia 1997 .....	27
6. Daftar Eksportir/Importir/Supplier Madu Organis /Konvensional Dunia .....	28-31

## ABSTRAK

Dengan luas daratan seluas 193 juta hektar dan luas hutan sekitar 143 juta hektar, maka Indonesia merupakan lahan yang sangat luas untuk tanaman berbunga penghasil madu. Sedikitnya terdapat 115 tanaman yang dapat menjadi sumber nektar di negeri ini. Keadaan alam Indonesia ini sangat cocok untuk usaha peternakan lebah karena sangat kaya akan ragam tanaman berbunga. Kenyataan ini memungkinkan produksi madu di Indonesia dapat terjadi sepanjang tahun.

Tapi tahukah kita bahwa tidak semua lebah dapat menghasilkan madu? Madu hanya dihasilkan oleh lebah pekerja yang mengolah nektar menjadi madu. Lebah pekerja adalah lebah betina yang alat reproduksinya tidak sempurna atau steril, sehingga tidak dapat bertelur. Lebah ratu dan lebah jantan mendapat pasokan makanan dari lebah pekerja. Umumnya lebah madu didominasi oleh lebah pekerja. Bentuk madu berupa cairan kental seperti sirup, warnanya bening atau kuning pucat sampai coklat kekuningan. Rasanya khas, yaitu manis dengan aroma yang enak dan segar. Jika dipanaskan, aromanya menjadi lebih kuat tetapi bentuknya tidak berubah. Bobotnya per mili liter berkisar antara 1,352 gram sampai 1,358 gram.

Di Indonesia sendiri, ada beberapa jenis lebah madu yaitu: *Apis andreniyormis*, *Apis dorsata dorsata*, *Apis dorsata binghami*, *Apis cerana*, *Apis koschevnikovi*, *Apis nigrocicta*, *Apis mellifera*. Dari berbagai jenis lebah madu ini, jenis *Apis dorsata* merupakan lebah madu Asia yang paling produktif menghasilkan madu, membuat sarang dengan hanya satu sisiran yang menggantung di dahan dan ranting pohon, langit-langit terbuka dan tebing jurang bebatuan. Karena itu sampai sekarang para ilmuwan belum berhasil membudidayakan *Apis dorsata* dalam bentuk tertutup. Sisiran sarangnya dapat mencapai 2x1 meter dengan hasil 115 kg/sarang.

*Apis dorsata* inilah yang mempunyai tubuh paling besar dibandingkan spesies lebah lainnya. Spesies ini berkembang hanya di kawasan sub tropis dan tropis Asia seperti Indonesia, Philipina dan kepulauan lainnya, namun tidak dapat dijumpai di luar Asia. Sejak jaman purba lebah madu inilah yang diburu oleh penduduk dan diperdagangkan sebagai madu hutan yang terkenal di kawasan Asia. Jenis lebah *Apis dorsata* ini banyak terdapat di kawasan Indonesia seperti Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Irian dan pulau-pulau di Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat. Sedangkan di pulau Jawa, lebah ini sudah jarang ditemukan.

Lebah *Apis dorsata* merupakan jenis lebah madu liar (*wild honey bee*) yang sangat tergantung pada kondisi hutan. Dari segi lingkungan, pengelolaan dan pemanfaatan lebah *Apis dorsata* ini sangat ideal, karena masyarakat sekitar hutan berpartisipasi aktif untuk menjaga hutan dan lingkungan hidupnya agar tetap lestari, sebab masyarakat memperoleh insentif dari menjaga hutan dan sumberdaya alam lainnya.

Sedangkan sebagai industri rumahan, usaha peternakan lebah dapat meningkatkan penghasilan keluarga. Madu yang dihasilkan oleh lebah merupakan makanan sangat berharga yang dapat dijual dan juga dapat dikonsumsi saat di rumah. Lilin lebah juga dapat digunakan untuk keperluan rumah atau sektor industri.

Madu hutan berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk organik, karena dibudidayakan secara lestari di kawasan hutan yang dari asalnya memang dikelola secara alami. Madu ini dihasilkan dari lebah *Apis dorsata* yang mencari makan dari bunga-bunga tanaman di hutan dan membentuk sarangnya di dahan-dahan pepohonan hutan. Aktifitas mencari makan lebah *Apis dorsata* ini juga berkontribusi bagi keragaman hayati di kawasan hutan. Sarang lebah *Apis dorsata* dapat dimanfaatkan sebagai madu, lilin dan produk lainnya yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar hutan. Pengembangan madu hutan ini membantu program konservasi hutan karena secara tidak langsung melibatkan masyarakat untuk menjaga kelestarian hutan karena sarang lebah *Apis dorsata* dapat menjadi sumber pendapatan masyarakat.

Di bidang pemasaran, saat ini para petani madu hutan yang tergabung dalam Jaringan Madu Hutan Indonesia (JMHI) mendapat bantuan dari Dian Niaga Jakarta, pemasar produk madu hutan mitra JMHI. Catatan Bolsa Nusantara (2005), yang dahulunya juga coba membantu memasarkan madu hutan JMHI, memperlihatkan bahwa dari sekitar 208,064 ton madu hutan yang dihasilkan oleh beberapa dampingan Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) di Luwuk Utara, Alahaa (Kendari), Berau, Pelalawan (Riau), Meratus, Kedang Pahu, Air Hitam, Danau Sentarum, Tumbang Titi (Kalimantan Barat), yang sanggup

dipasarkan baru sekitar 27.265 ton atau 13% dari total madu yang dihasilkan oleh para petani madu hutan mitra JMHI tersebut. Madu-madu ini, 90% berasal dari Kalimantan dan sisanya, 10%, berasal dari Sulawesi. Bolsa Nusantara sendiri baru mulai memasarkan madu organik sejak bulan November 2005 dan kini perannya digantikan oleh Yayasan SETARA Bogor.

Harga di tingkat petani pun berbeda-beda berkisar antara Rp.10-26 ribu /kg. Sedangkan harga jual di tingkat kota berkisar antara Rp.15- 54 ribu/kg.

Madu hutan umumnya dijual kepada masyarakat lokal, dan biasanya dikonsumsi sebagai obat. Mereka percaya madu hutan terjamin keasliannya. Sehingga dari sisa madu yang tidak mampu diserap pemasar (sekitar 180 ton), diserap langsung oleh konsumen lokal.

Sebagian besar petani madu langsung menjual hasil panen madunya ke masyarakat lokal. Terkadang mereka bisa mendapatkan harga yang tinggi namun tidak jarang pula harga dipermainkan oleh para tengkulak.

Di tingkat petani madu/produsen, harga sangat bervariasi, tidak ada kesepakatan harga dasar madu, sehingga harga dapat dimainkan oleh pengumpul dan dapat merugikan petani madu itu sendiri. Madu berkualitas baik terkadang dihargai sama dengan madu yang berkualitas buruk. Jika ingin dipasarkan untuk keperluan industri, menurut standar nasional madu hutan, kadar air yang diperkenankan adalah 24%. Namun, kadangkala jika sudah dituang ke botol, kadar air madu hutan dapat mencapai 27%. Hal inilah yang membuat madu hutan sulit dipasarkan untuk keperluan industri. Selain itu, penolakan terkadang karena mutu madu hutan yang dinilai tidak baik, seperti masih adanya kaki lebah dan kotoran sarang lebah. Sehingga, meskipun madu asli, namun menurut ukuran industri mutunya tidak memenuhi standar. Penawaran harganya pun lebih rendah ketimbang dijual langsung ke konsumen lokal. Jika ingin dipasarkan ke pasar luar negeri juga memerlukan beberapa persyaratan seperti keharusan menggunakan *bar code* (yang memuat asal negara, jenis makanan atau bukan, bentuknya cair, padat atau gas), SIUPP, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), ijin dari Departemen Kesehatan, sertifikat organik, dll.

Data volume kebutuhan produk madu organik di pasar nasional belum ada. Karakteristik madu yang dibutuhkan untuk pasar industri umumnya disamakan dengan madu konvensional. Sedangkan karakteristik produk madu organik yang diperlukan oleh pasar industri, mereka menginginkan madu dengan standar tertentu (SNI 01-3545-1994).

Sedangkan untuk pasar konsumen, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan hidup sehat dan tren *back to nature*, volume permintaan pasar semakin bertambah, walau tidak signifikan, terbatas di kalangan pencinta organik dan hidup sehat. Outlet-outlet organik pun semakin banyak bermunculan, terutama di kota-kota besar. Juga terlihat dari peningkatan penjualan di kalangan outlet LSM, dan volume madu organik yang umumnya habis diserap pasar lokal.

Data madu organik domestik dan luar negeri sangat jarang karena madu organik sebagian besar dimanfaatkan untuk keperluan konsumsi ketimbang untuk keperluan industri. Gema madu organis pun masih jarang terdengar di kalangan masyarakat umum. Ini karena kurangnya sosialisasi madu organik. Padahal Indonesia sangat berpotensi untuk mengembangkan madu organik.

Karenanya untuk mendorong produksi dan pasar madu organik nasional, perlu dilakukan beberapa langkah terpadu dari produksi hingga pemasaran. Di sisi produksi, petani madu perlu berorganisasi untuk menguatkan aspek mutu, produksi dan meningkatkan posisi tawar. Organisasi petani madu hutan menerapkan panen lestari/tidak mengambil seluruh sarang lebah, sehingga produksi berkelanjutan dan harga lebih stabil. Perlu dibuat *buffer* harga agar tidak merugikan petani madu, misalnya Rp.25-30 ribu/kg. Selama ini tidak ada kesepakatan harga dasar di tingkat petani sehingga tengkulak dapat semaunya menentukan harga, madu berkualitas baik harganya disamakan dengan madu berkualitas buruk.

Jika ingin masuk ke pasar industri, perlu ada peningkatan mutu madu hutan agar sesuai dengan standar yang diinginkan industri atau persyaratan nasional (SNI 01-3545-1994). Perlu diingat bahwa kadar air madu organik tidak diperkenankan melebihi dari 24%, serta madu harus bersih, tidak boleh bercampur kotoran sarang lebah.

Untuk pemasaran madu organis, perlu diperluas dan berkonsentrasi pada pasar domestik saja, karena untuk pasar ekspor, saat ini madu organis dihargai sekitar US\$ 2/kg (Rp.18.000,-/kg), sementara pasar lokal mencapai sekitar Rp. 50.000,- /kg. Lagipula pasar lokal mampu menyerap total produksi yang dihasilkan petani. Potensi pasar madu organis luar negeripun relatif kecil, di bawah 5% dari total pasar madu biasa.

Untuk mendorong agar masyarakat lebih menyukai madu organis perlu dilakukan pendidikan konsumen tentang manfaat madu organis/hutan, juga keaslian dan perbedaan dengan madu biasa. Ini dilakukan sembari membangun pasar madu organis diiringi dengan penetrasi produk di pasar.

Untuk memperluas pemasaran, keragaman produk madu organis memberikan konsumen pilihan terhadap produk madu organis. Madu organis yang dikemas menarik dalam volume lebih kecil (*sachet* atau botol kecil), memudahkan madu organis dicoba dan dibawa oleh konsumen. Sedangkan balsem, *pollen*, *royal jelly* dan lilin merupakan turunan produk madu yang memberikan nilai tambah selain madu itu sendiri.

# BAB I

## Latar Belakang

Indonesia sebagai negara tropis memiliki luas daratan sekitar 193 juta hektar dan luas hutan sekitar 143 juta hektar menjadi tempat yang baik bagi tanaman berbunga penghasil madu. Sedikitnya terdapat 115 tanaman yang dapat menjadi sumber nektar, sumber pakan madu. Kenyataan ini memungkinkan produksi madu di Indonesia dapat terjadi sepanjang tahun.

Madu adalah bahan yang rasanya manis yang dihasilkan oleh lebah madu dari nektar/sari bunga atau cairan yang berasal dari bagian-bagian tanaman hidup yang dikumpulkan, diubah dan diikat dengan senyawa tertentu oleh lebah dan disimpan pada sisiran sarang yang berbentuk heksagonal.

Dalam madu terdapat kandungan zat gula berupa fruktosa dan glukosa yang merupakan jenis gula monosakarida yang mudah diserap oleh usus. Selain itu, madu mengandung vitamin, mineral, asam amino, hormon, zat bakterisidal dan bahan-bahan aromatik. Lebah bukan hanya menghasilkan madu tetapi juga menghasilkan propolis, royal jelly, bee pollen, dan lain-lain.

Madu dihasilkan oleh lebah pekerja yang mengolah nektar menjadi madu. Lebah pekerja adalah lebah betina yang alat reproduksinya tidak sempurna atau steril, sehingga tidak dapat bertelur. Lebah ratu dan lebah jantan mendapat pasokan makanan dari lebah pekerja. Umumnya lebah madu didominasi oleh lebah pekerja. Bentuk madu berupa cairan kental seperti sirup, warnanya bening atau kuning pucat sampai coklat kekuningan. Rasanya khas, yaitu manis dengan aroma yang enak dan segar. Jika dipanaskan, aromanya menjadi lebih kuat tetapi bentuknya tidak berubah. Bobotnya per mili liter berkisar antara 1,352 gram sampai 1,358 gram.

Aroma, warna, dan rasa madu ditentukan oleh tanaman yang dihisap oleh lebah. Jika lebah menghisap sari bunga matahari misalnya, maka madu yang dihasilkan akan berwarna kuning keemasan; jika yang dihisap adalah bunga semanggi, maka madu akan berasa manis dan berwarna putih; namun madu dengan rasa pahit populer di beberapa kelompok masyarakat. Madu dengan warna gelap biasanya memiliki cita rasa tinggi dan seringkali memiliki kandungan mineral tinggi; madu berwarna pucat memiliki rasa lebih enak. Kepopuleran madu berwarna gelap dan terang sangat berbeda dari satu negara dengan negara lainnya. Warna juga dapat mengindikasikan kualitas, karena madu menjadi semakin gelap selama penyimpanan atau jika dipanaskan.

Di Indonesia ada beberapa jenis lebah madu yaitu: *Apis andreniyormis*, *Apis dorsata dorsata*, *Apis dorsata binghami*, *Apis cerana*, *Apis koschevnikovi*, *Apis nigrocicta*, *Apis mellifera*. Dari berbagai jenis lebah madu ini. Jenis *Apis dorsata* merupakan lebah madu Asia yang paling produktif menghasilkan madu, membuat sarang dengan hanya satu sisiran yang menggantung di dahan dan ranting pohon, langit-langit terbuka dan tebing jurang bebatuan. Karena itu sampai sekarang para ilmuwan belum berhasil membudidayakan lebah *Apis dorsata* dalam bentuk tertutup. Sisiran sarangnya dapat mencapai 2x1 meter dengan hasil 115 kg per sarang.

Lebah *Apis dorsata* inilah yang mempunyai tubuh paling besar dibandingkan spesies lebah lainnya. Spesies ini berkembang hanya di kawasan sub tropis dan tropis Asia seperti Indonesia, Philipina dan wilayah kepulauan lainnya, namun tidak dapat dijumpai di luar Asia. Sejak jaman purba lebah madu inilah yang diburu oleh penduduk dan diperdagangkan sebagai madu hutan yang terkenal di kawasan Asia. Jenis lebah *Apis dorsata* ini banyak terdapat di kawasan Indonesia seperti Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Irian dan pulau-pulau di Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat. Sedangkan di pulau Jawa, lebah ini sudah jarang ditemukan.

Lebah *Apis dorsata* merupakan jenis lebah madu liar (*wild honey bee*) yang sangat tergantung pada kondisi hutan. Dari segi lingkungan, pengelolaan dan pemanfaatan, lebah *Apis dorsata* ini sangat ideal, karena masyarakat sekitar hutan berpartisipasi aktif untuk menjaga hutan dan lingkungan hidupnya agar tetap lestari, masyarakat juga memperoleh insentif dari menjaga hutan dan sumberdaya alam lainnya.

Sedangkan sebagai industri rumahan, usaha peternakan lebah akan melibatkan seluruh anggota keluarga. Madu yang dihasilkan oleh lebah merupakan makanan sangat berharga yang dapat dijual dan dapat dikonsumsi saat di rumah. Lilin lebah juga dapat digunakan untuk keperluan rumah atau sektor industri.

Produk ternak lebah yang dikelola secara komersial dapat diklasifikasi menurut sumber pakan lebah, seperti madu dari bunga kapuk randu (*Ceiba pentadra*), bunga dari pohon karet (*Havea brasiliensis*), bunga dari pohon durian (*Durio zybethinus*), bunga dari pohon kopi, rambutan (*Nephellium lappaceum*), mangga (*Mangifera indica*), Kaliandra (*Calliandra sp*), jambu air (*Eugenia aquaea*) dan mahoni (*Swietenia mahagony*). Sumber pakan lebah juga mempengaruhi harga madu. Harga tertinggi adalah madu yang dihasilkan dari bunga durian, cengkeh dan kaliandra.

## BAB II

### Kondisi Pasar Nasional dan Internasional Produk Madu Organis

#### II.1. Kondisi Pasar Nasional Produk Madu Organis

Madu hutan berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk organik, ini karena madu hutan dibudidayakan secara lestari di kawasan hutan yang dari asalnya memang dikelola secara alami.

Madu ini dihasilkan dari lebah *Apis dorsata* yang mencari makan dari bunga-bunga tanaman di hutan dan membentuk sarangnya di dahan-dahan pepohonan hutan. Aktifitas mencari makan lebah *Apis dorsata* ini juga berkontribusi bagi keragaman hayati di kawasan hutan. Sarang lebah *Apis dorsata* dapat dimanfaatkan sebagai madu, lilin dan produk lainnya (balsem) yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di sekitar hutan. Pengembangan madu hutan ini membantu program konservasi hutan karena secara tidak langsung melibatkan masyarakat untuk menjaga kelestarian hutan di mana sarang lebah *Apis dorsata* tersebut berada.

Jaringan Madu Hutan Indonesia (JMHI), sebuah jaringan LSM pendamping produsen madu hutan memproduksi sekitar 208 ton madu hutan/tahun. Namun kemampuan JMHI memasarkan madu hutan baru sekitar 27 ton atau 13 persen dari total madu yang dihasilkan oleh para produsen madu hutan, itupun hanya madu yang berasal dari Kalimantan (90%) dan sisanya berasal dari Sulawesi (10%). Kelebihan produksi madu hutan yang tidak dapat dipasarkan oleh JMHI ini akhirnya dipasarkan ke masyarakat lokal. Masyarakat sebagian besar memanfaatkan madu ini untuk tujuan kesehatan atau obat karena mereka percaya terhadap keaslian dan manfaat madu hutan.

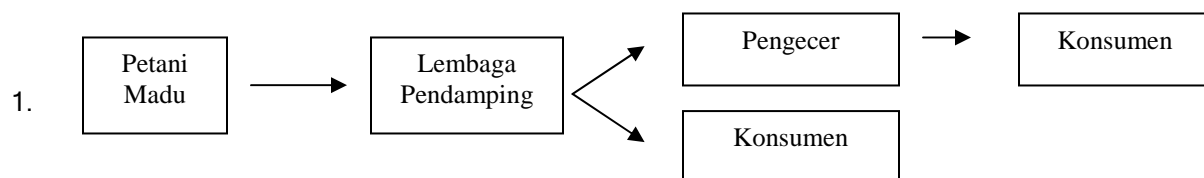
Harga madu hutan di tingkat petani berbeda-beda, berkisar antara Rp.10.000 - Rp.26.308 per kg. Sedangkan harga jual di tingkat kota berkisar antara Rp.15.000 hingga Rp.53.900 per kg (lihat lampiran).

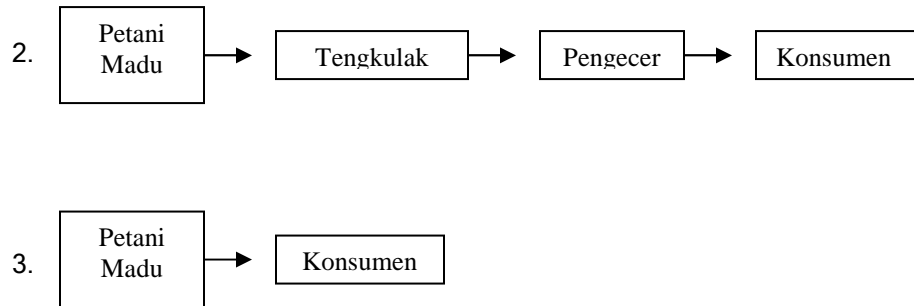
Produk madu hutan yang dihasilkan oleh produsen di kawasan hutan, umumnya dipasarkan ke konsumen yang berada di kota-kota terdekat dari lokasi penghasil madu. Seringkali madu hutan yang ditawarkan oleh konsumen dihargai kurang dari yang diharapkan petani madu, namun karena untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari, maka petani tidak mungkin menahan lama madu yang diproduksinya. Selain itu, petani harus menempuh perjalanan yang jauh dan mahal untuk sampai ke kota terdekat untuk memasarkan madunya, sehingga apabila madunya tidak laku, tidak mungkin madu tersebut dibawa pulang kembali karena memerlukan biaya transportasi yang besar.

Selain itu, petani juga menjual madunya melalui pengumpul/trader dari kota-kota terdekat dengan membeli di tempat produksi. Kemudian trader menjualnya ke kota-kota terdekat. Pengumpul menawarkan dengan harga rendah dan beragam karena di tingkat produsen tidak terdapat kesepakatan harga akibat ketiadaan organisasi petani. Selain itu, madu berkualitas baik terkadang dihargai sama dengan madu yang berkualitas buruk.

Umumnya ada tiga cara pemasaran yang dilakukan oleh para pelaku pasar madu hutan. Yang pertama, setelah panen, para produsen madu langsung memasarkan produknya ke LSM pendamping yang kemudian dipasarkan ke pengecer atau ada yang langsung ditawarkan ke konsumen. Ada pula yang sebelum sampai ke konsumen, madu tersebut melewati pengecer terlebih dahulu. Yang kedua, petani madu langsung menjualnya ke tengkulak. Setelah itu, tengkulak baru memasarkannya ke pengecer, dari pengecer inilah sampai ke tangan konsumen. Pola yang ketiga lebih sederhana, setelah para petani madu memanen madu hutan, mereka langsung memasarkannya ke konsumen.

Diagram 1: Alur pemasaran madu organik untuk dipasarkan di dalam negeri





Selain dimanfaatkan oleh masyarakat lokal, kalangan industri jamu juga tertarik memanfaatkan madu hutan untuk produk-produk jamu. Namun standar madu yang diperlukan oleh industri jamu sulit dipenuhi oleh petani madu. Misalnya kandungan kadar air madu yang dapat diterima industri jamu sebesar 24 persen, sedangkan kandungan kadar air madu hutan yang dihasilkan masih sekitar 28 persen. Penolakan madu hutan oleh pihak industri jamu juga terkadang karena produk kurang higienis, seperti kaki lebah dan kotoran sarang lebah yang kerap kali masih ditemukan dalam madu hutan. Selain itu, harga yang diminta oleh industri jamu lebih rendah dari yang diharapkan oleh petani. Sebagai contoh, PT. Sido Muncul pernah menawarkan harga sebesar Rp.17.000 per kg madu hutan, sementara petani menginginkan Rp.20.000 per kg.

Data komprehensif volume pasar madu hutan untuk saat ini masih sulit ditemukan. Termasuk data kebutuhan madu organik yang diperlukan baik oleh industri jamu atau kosmetika.

## II.2. Kondisi Pasar Internasional Produk Madu Organik

Tidak ada data komprehensif mengenai volume madu organik di tingkat internasional. Banyak dari negara-negara produsen madu organik memanfaatkan produknya untuk konsumsi dalam negerinya. Madu hutan yang utamanya dihasilkan oleh lebah *Apis dorsata* ini merupakan produk hutan non kayu utama di banyak negara berkembang dan tropis dan digunakan sebagai sumber makanan, tonik maupun obat bagi masyarakat lokal.

Madu adalah sumber pendapatan pemerintah. Di beberapa negara seperti Bangladesh dan Thailand, pengumpulan madu hutan dikendalikan dan diorganisir melalui ijin pemungutan hasil oleh Departemen Kehutanan. Sedangkan di negara lain, para pemungut hasil hutan dapat mengambilnya cuma-cuma baik untuk keperluan domestik atau untuk dijual

Di Bangladesh hutan *sundarbans* (hutan mangrove terbaik di Asia) adalah sumber utama madu, rata-rata panen berkisar antara 220 ton madu dan 55 ton lilin setiap tahunnya (ADB, 1992). Sejumlah kecil lilin lebah biasanya diekspor dari negeri ini.

Menurut Gupta dan Guleria (1982), dari hutan-hutan India dihasilkan sekitar 350 ton madu. Sebuah sarang lebah alami, dalam satu tahun dapat menghasilkan sekitar 35 kg madu dan 1 kg lilin. Sementara di kawasan hutan Pakistan, pengumpul madu dapat menghasilkan 55 - 60 ton per tahun. (Iqbal, 1991).

Menurut De Beer (1993), Vietnam tiap tahunnya menghasilkan sekitar 200 - 400 ton madu hutan untuk memenuhi pasar nasional karena harganya lebih baik, rasanya enak dan untuk tujuan pengobatan. Satu liter madu dari delta sungai Mekong dihargai 10.000 Dong/US\$0,6-US\$2,7 (tahun 1991), sementara satu liter madu konvensional dihargai dengan 6.000 Dong/US\$0,4.

Beberapa provinsi di Laos juga menghasilkan madu hutan berkualitas baik. Saat ini, kebanyakan madu dipasarkan secara lokal. Sejumlah kecil dijual di perbatasan negara-negara tetangga seperti Thailand, Bangladesh, dan Vietnam. Pada tahun 1992, sebuah pabrik kecil telah dibangun guna memproses dan

mengepak madu hutan untuk ekspor ke Thailand dan Eropa (De Beer, 1993). Madu hutan, meskipun tidak dipasarkan ke negara tetangga, namun merupakan sumber ekonomi penting bagi masyarakat lokal. Dan karena hutan diproduksi secara alami, bebas residu kimia dan memperhatikan kelestarian hutan, maka madu hutan berpotensi dipasarkan sebagai madu organik dan sangat berpotensi untuk dipasarkan di pasar internasional.

Eropa sangat tergantung pada impor madu karena produksi dalam negerinya hanya mampu memenuhi 40 persen permintaan pasar. Negara-negara Eropa yang mengimpor madu diantaranya adalah Perancis, Spanyol, Inggris, Belgia, Denmark dengan jumlah madu yang diimpor (per tahun) berurut-turut adalah 10.175 ton, 2.629 ton, 2.724 ton, 2.313 ton dan 1.084 ton.

Madu-madu impor tersebut umumnya digunakan untuk keperluan industri atau madu untuk industri roti, juga sebagai bahan baku madu konsumsi yang dijual melalui outlet/retail.

Pasar madu organik Eropa relatif sangat kecil, diperkirakan hanya sekitar 1 persen total pasar madu konvensional (288.000 ton pada tahun 2001). Penyebabnya adalah perbedaan antara madu organik dan konvensional sangat sedikit, karena bagaimanapun juga, madu adalah produk alami. Perbedaan ini mungkin akan menjadi lebih penting jika masyarakat menaruh perhatian pada skandal kontaminasi madu dari China. Saat ini, madu-madu yang berasal dari China dilarang masuk ke pasar Eropa karena resiko terkontaminasi antibiotik. Namun disisi lain, jika standar kualitas madu konvensional lebih ketat, maka ruang gerak madu organik akan semakin sempit.

Saat ini, pasar madu organik di Jerman, Inggris dan Belanda diperkirakan sekitar 2.000 ton. Sementara itu pasar madu organik untuk keperluan industri di 3 negara tersebut diperkirakan 50 persen dari total pasar madu organik, lebih besar ketimbang pasar madu konvensional untuk industri yang berkisar 20 persen. Ini disebabkan karena banyak pengolah bahan pangan organik lebih suka menggunakan madu sebagai salah satu bahan ingrediennya. Di tingkat pengecer, para pembeli lebih menyukai madu tanpa campuran, jumlah madu untuk keperluan konsumsi yang telah dicampur tidak begitu disukai. (Export opportunities for African organic honey, Juli 2002)<sup>1</sup>.

Madu-madu yang diimpor ke Eropa umumnya digunakan untuk keperluan industri sebagai campuran sereal, kacang salut madu, makanan bayi, produk farmasi, dan kosmetik, atau sebagai bahan pembuatan roti, atau sebagai bahan baku madu untuk keperluan konsumsi (dijual melalui outlet/retail). Untuk setiap segmennya, dibutuhkan standar kualitas yang berbeda, juga harga yang berbeda

Untuk pasar fair trade sendiri, 14% madu eceran dijual secara fair trade. Total penjualan madu dunia secara fair trade pada tahun 2004 adalah sebanyak 1.236 ton. Negara-negara yang menjual madu secara fair trade selama tiga tahun terakhir adalah: Jerman (turun, dari 378 ton menjadi 335 ton). Inggris (meningkat tajam, dari 100 ton menjadi 207 ton). Swiss (seimbang, dari 385 ton menjadi 396 ton). Italia (meningkat, dari 38 ton menjadi 102 ton). Perancis (meningkat dari 0 ton menjadi 52 ton). (Sumber: FAOSTAT 2005, Eurostat 2005).

### **Kendala yang dihadapi**

Ketiadaan data lengkap mengenai produksi dan pasar produk madu menjadi kendala dalam pemasaran madu organik. Ketentuan pasar Internasional produk madu organik berbeda di tiap-tiap negara pengimpor, Umumnya ketentuan tersebut mengatur bahwa produk madu organik tidak diperlakukan secara kimiawi, tidak menggunakan antibiotik, pemanenan madu saat madu masak, tidak dilakukan pemanasan diatas 45°C dan tidak terkontaminasi bahan rekayasa genetik.

Ketentuan pasar lainnya adalah berupa penggunaan *bar code* (yang memuat asal negara, jenis makanan atau bukan, bentuknya cair, padat atau gas), SIUPP, Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP), ijin dari Departemen Kesehatan, sertifikat organic, dll.

---

<sup>1</sup> [www.epopa.info](http://www.epopa.info), (6 Februari 2006)

### **Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pemasaran produk**

Ada berbagai strategi yang digunakan dalam melakukan pemasaran produk organis ini.

- Langkah pertama yang ditempuh adalah mengembangkan upaya-upaya untuk memperpendek rantai pemasaran. Pelaku pasar harus memiliki berbagai cara upaya untuk memperpendek rantai pemasaran.
- Strategi kedua, pemasar harus dapat menjaga ketersediaan dan konsistensi kualitas produk. Sebab sekali kualitas turun, maka konsumen tidak akan percaya lagi.
- Ketiga, pemasar harus selalu melakukan kontrol internal. Ini dimaksudkan untuk menjaga kualitas produk yang akan dijual.
- Keempat, hal juga diperlukan jika ingin melakukan ekspor adalah sertifikasi organis. Untuk produk organis, sertifikasi ini sangat diperlukan.
- Kelima, pemasar juga harus membuat strategi pemasaran yang baik. Keberhasilan memasarkan produk juga ditentukan oleh bagaimana strategi yang dibuat oleh pemasar.
- Keenam, sebelum meluncurkan produk, pemasar melakukan survai pasar terlebih dahulu. Ini dilakukan agar jangan sampai salah dalam melangkah.
- Ketujuh, yang juga penting adalah memperkenalkan produk terlebih dahulu, biasanya ini dengan media seperti brosur, pamflet, dsb.
- Kedelapan, strategi yang dilakukan untuk memperkenalkan produk adalah melalui berbagai ajang pameran atau perdagangan.

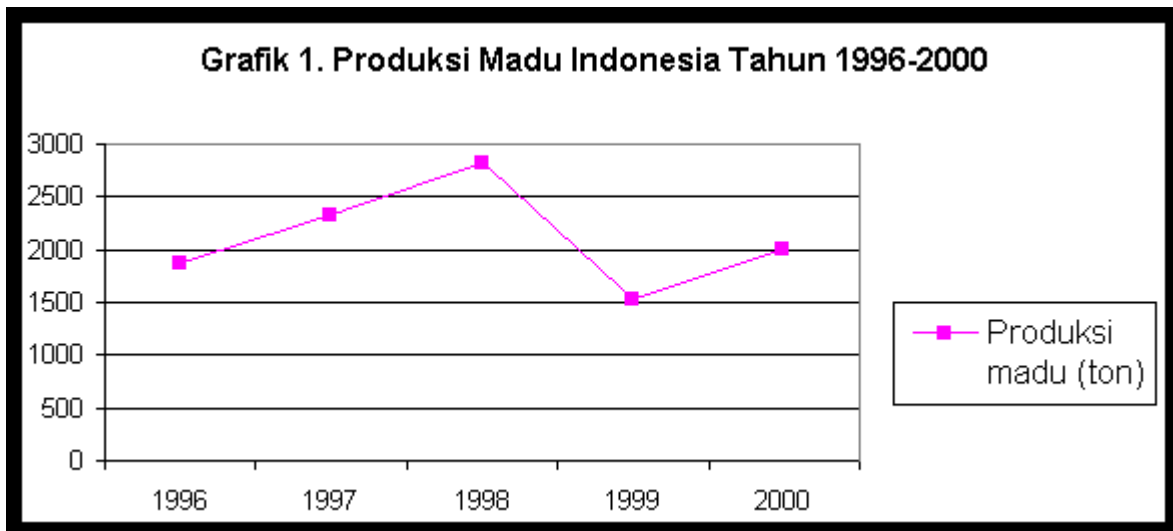
### BAB III

## Kondisi Pasar Nasional dan Internasional Produk Madu Konvensional

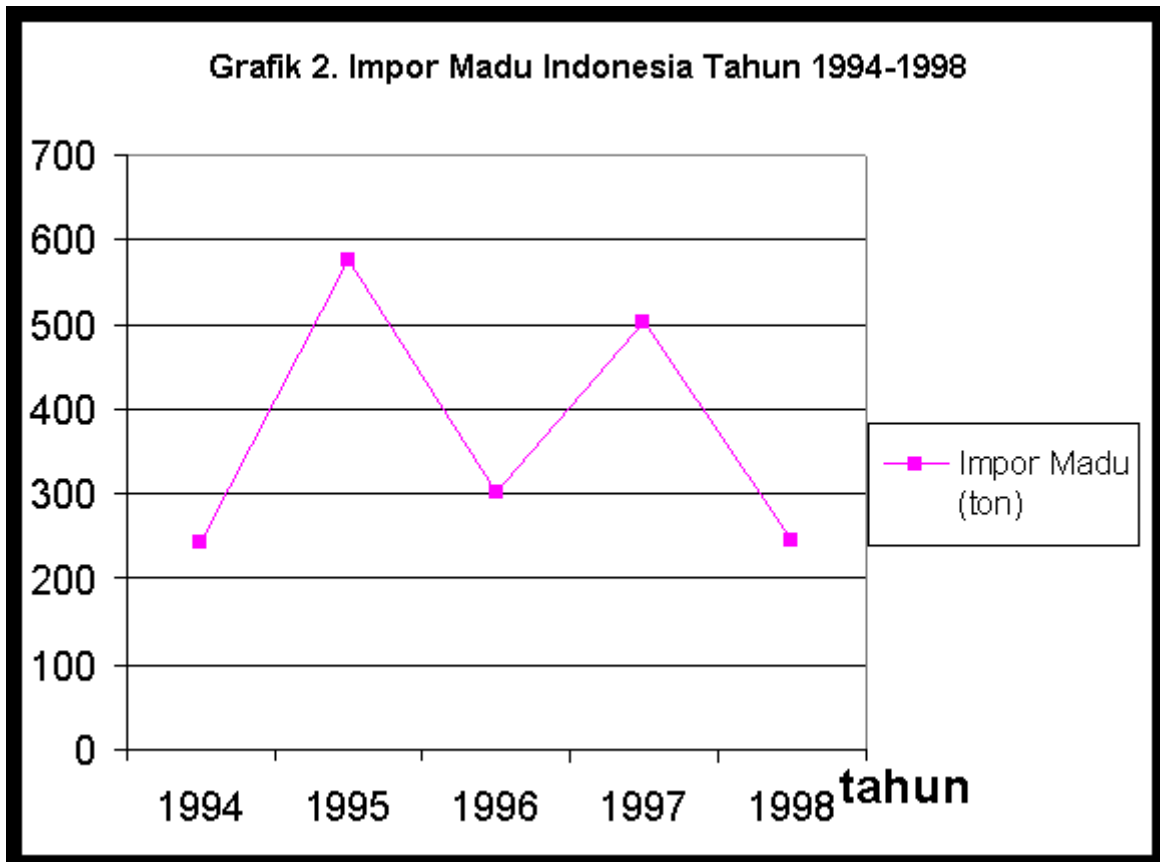
### III.1. Kondisi Pasar Nasional Produk Madu Konvensional

Konsumsi madu masyarakat Indonesia masih tergolong rendah, diperkirakan 15 gram per orang per tahun. Jika penduduk Indonesia berjumlah 300 juta orang, maka di tahun 2006 diperkirakan kebutuhan madu sebesar 4.500 ton per tahun. Selain itu, kebutuhan akan bahan baku madu untuk bahan dasar obat-obatan, kosmetik, diperkirakan juga terus meningkat.

Tingkat permintaan tersebut belum dapat diimbangi oleh peningkatan produksi madu dalam negeri. Produksi madu dari tahun 1996 hingga 2000 mengalami fluktuasi. Produksi terendah terjadi pada tahun 1999 hingga mencapai 1.538 ton dan produksi tertinggi mencapai 2.824 ton di tahun 1998 (Grafik 1).



(Sumber: PUSBAHNAS)



(Sumber:PUSBAHNAS)

Data Pusat Perlebahan Nasional (PUSBAHNAS) menunjukkan bahwa pada tahun 1998, impor madu Indonesia sebanyak 200 ton. Dalam kurun waktu itu Indonesia mengalami kekurangan madu dan untuk menutupi kekurangan ini dilakukan impor madu yang berasal dari beberapa negara seperti Vietnam, RRC dan Australia. (Grafik 2)

Jadi sebenarnya masih cukup terbuka pasar madu domestik. Di pasar internasional, madu dari Indonesia dihargai sekitar US\$ 2-3 per kg. Dan PUSBAHNAS, sebagai lembaga nasional produsen madu konvensional, lebih mengutamakan pasar domestik. Umumnya madu-madu tersebut dipasarkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen langsung seperti madu murni dalam kemasan atau minuman madu.

Pusbahnas memasarkan produk-produknya melalui koperasi-koperasi, lembaga-lembaga pemerintahan, outlet-outlet milik PUSBAHNAS (Jakarta, Bandung, Serpong). Madu yang dipasarkan berasal dari para petani madu, baik petani binaan dan non binaan PUSBAHNAS. Umumnya mereka menyerahkan hasil panen madunya ke PUSBAHNAS yang untuk diproses, dikemas, dan dipasarkan oleh PUSBAHNAS.

#### **Kendala yang dihadapi**

Tidak terjaminnya kualitas madu oleh peternak dan pelaku pasar menyebabkan kepercayaan masyarakat terhadap produk madu berkurang sehingga mempengaruhi pemasaran produk madu yang berasal dari lebah yang diternakkan. Harga madu pun masih sangat bervariasi baik dilihat dari jenis maupun asal daerahnya. Hal ini justru semakin membuat konsumen sering ragu-ragu, apalagi persepsi masyarakat Indonesia yang masih mengasosiasikan madu sebagai "obat," bukan sebagai suplemen makanan.

Eksportir sebenarnya bersedia membeli madu dari Indonesia, asalkan mutunya sesuai dengan standar internasional, dan dengan suplai yang bisa dijamin kotinyu. Namun, ternyata persyaratan itu sulit bisa dipenuhi peternak lebah kita.

**TABEL 1. PERSYARATAN MUTU MADU (SNI 01-3545-1994)**

No.	Jenis Uji	Satuan	Persyaratan
1.	Aktivitas enzim diatase	DN	Min. 3
2.	Hidroksimetilfurfural (HMF)	mg/kg	Maks. 40
3.	Kadar Air Gula pereduksi (dihitung sebagai glukosa)	%	Maks. 22
4.	Sukrosa	%	Min. 60
5.	Keasaman	ml	Maks. 10
6.	Padatan tak larut dalam air	NaOH 1N/kg	Maks. 40
7.	Abu	%	Maks. 0,5
8.	Cemaran Logam:		
9.	a. Timbal	mg/kg	Maks. 1,0
	b. Tembaga (Cu)	mg/kg	Maks. 5,0
10.	Cemaran Arsen	mg/kg	Maks. 0,5

Sumber: PUSBAHNAS

Bagi sebagian produsen madu lokal, mutu madu seperti yang dipersyaratkan untuk pasar luar negeri dengan kadar air 20%, masih menjadi kendala bagi madu Indonesia untuk menembus pasar ekspor. Namun untuk produk minuman, hal tersebut tidak menjadi kendala karena kandungan kadar air madu yang dipakai berkisar antara 20%-25%.

Secara alami, madu Indonesia memiliki kadar air yang cukup tinggi (diatas 25%). Ini disebabkan angka kelembaban udara relative (RH) di Indonesia yang tinggi (sekitar 80%). Kebanyakan konsumen (dalam hal ini industri) lebih memilih madu dari Australia dan negara lain karena memiliki kelembaban relatif yang rendah dan kadar air yang rendah pula. Kenyataan ini menyebabkan banyak yang membeli madu impor ketimbang madu lokal yang berkadar air tinggi, karena dilihat dari segi kadar air hal tersebut sangat menentukan mutu madu.

#### **Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku pemasaran produk**

Berbagai macam olahan madu dapat kita jumpai. Madu tidak hanya dikenal sebagai produk minuman kesehatan (*healthy drink*) dalam kemasan gelas plastik, tetapi juga sebagai bahan tambahan dalam pembuatan produk-produk kecantikan. Manfaat yang didapat dari madu selain untuk makanan dan untuk kesehatan sebagai peningkat stamina tubuh, madu juga bersifat anti bakteri dan anti cendawan sehingga sangat baik sebagai bahan kosmetika untuk perawatan kulit.

Terobosan yang dilakukan PUSBAHNAS yaitu dengan melakukan upaya pengembangan keragaman produk dengan memproduksi bermacam-macam produk olahan madu seperti madu murni, madu 2 in 1 (madu + royal jelly), madu 3 in 1 (madu + royal jelly + bee pollen), dan minuman madu. Tetapi madu murni yang paling banyak diproduksi karena lebih banyak disukai sebab pengolahannya tanpa menggunakan bahan tambahan lain.

Selain itu, madu yang berasal dari hasil panen diproses dengan teknik dehumidifier agar didapat madu yang memiliki kadar air yang rendah atau sesuai dengan standar mutu madu yang disyaratkan di luar negeri yaitu maksimal 22%.

Salah satu upaya PUSBAHNAS untuk meningkatkan mutu madu Indonesia adalah melakukan uji-uji sesuai persyaratan SNI seperti uji aktivitas enzim diatase, uji hidroksimetil, uji gula pereduksi, sukrosa, uji keasaman, uji kadar abu, dan uji kadar air. Penerapan SNI merupakan salah satu cara pembinaan untuk

peningkatan mutu madu. Faktor-faktor madu yang harus diperhatikan adalah keaslian (*purify*), susunan (*composition*) dan penampakan (*appearance*).

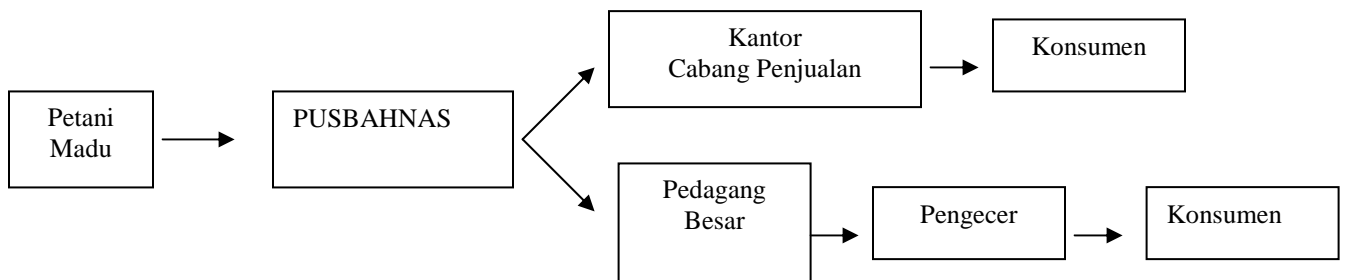
### Alur pemasaran

Penggunaan mata rantai saluran distribusi sering dikaitkan dengan golongan produk yang ada, dalam hal ini terdapat dua dua macam saluran yaitu:

#### 1). Saluran distribusi madu untuk barang konsumsi:

Madu-madu yang diterima PUSBAHNAS dari para petani madu biasanya dijual ke konsumen melalui dua jalur. Jalur pertama, madu-madu tersebut dititipkan ke kantor-kantor cabang PUSBAHNAS, dan konsumen dapat membeli di outlet-outlet di kantor cabang penjualan tersebut.

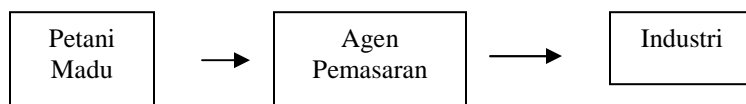
Diagram 2: Saluran distribusi madu untuk barang konsumsi



#### 2). Saluran distribusi madu untuk barang industri:

Untuk saluran barang industri, maka madu-madu yang dihasilkan dari para petani madu akan langsung dibeli oleh para agen pemasar yang kemudian di jual ke industri-industri yang membutuhkan madu.

Diagram 3: Saluran distribusi madu untuk barang industri



## III.2. Kondisi Pasar Internasional Madu Konvensional

Produksi madu di enam negara produsen madu pada 1999 diperkirakan mencapai 459,500 ton, naik 3% dibanding tahun 1998. China, Argentina dan Meksiko menjadi produsen madu terbesar dunia. Sedangkan negara pengimpor madu terbanyak dunia adalah Jepang, Amerika Serikat, Uni Eropa.

China yang pernah mengalami penurunan produksi madu di tahun 1998, merencanakan akan meningkatkan produk madunya sekitar 16% menjadi 180.000 ton.

Di Argentina, produksi madu di tahun 1999 sebesar 85.000 ton atau lebih dari 13% dibanding tahun 1998. Ekspor Argentina pada 1999 adalah 75.000 ton, kebanyakan dalam partai besar (300 kg/drum). Madu-madu tersebut diekspor pada bulan Maret dan Mei. Amerika Serikat (AS) dan Jerman adalah tujuan pasar ekspor utama negara ini atau sebesar 75% dari total ekspor. Selain itu, disusul pasar Spanyol, Italia, Inggris dan Jepang.

Di Kanada, produksi madu di tahun 1999 sebesar 34.000 ton atau 20% dibawah produksi tahun 1998. Ini disebabkan karena curah hujan dan kondisi temperatur di sejumlah kawasan utama penghasil madu. Ekspor madu Kanada pada 1999 sebesar 15.000 ton atau 34% di bawah tahun lalu. Kanada tidak melarang madu impor dari AS, tetapi pasar madu AS di Kanada sangat terbatas. Kanada melarang impor lebah AS sejak 1987 karena adanya kutu *Varroa* di negara bagian AS, dan hanya memperbolehkan impor ratu lebah dari Hawaii namun dengan pengawasan kesehatan yang ketat.

Di China, produksi madu di tahun 1999 sebesar 180.000 ton atau meningkat 16% dari tahun sebelumnya. Ekspor madu China pada 1999 sebesar 80.000 ton atau meningkat 2% dibanding tahun 1998. Berdasarkan perjanjian antara China dan AS, maka harga madu yang diekspor China ke AS ditentukan tiga bulan sebelum pemasaran. Pasar madu terbesar China adalah Jepang, AS, Jerman, Belgia dan Spanyol.

Di Jerman, produksi madu di tahun 1999 sebesar 13.000 ton atau 20% dibawah tahun sebelumnya yaitu sebanyak 16.306 ton. Jerman, importir terbesar madu dunia, mengurangi impor di tahun 1999 menjadi 91.000 ton. Impor dalam jumlah besar berasal dari Argentina, China dan Meksiko. Impor dari AS pada 1998 sebanyak 585 ton yang diperuntukkan bagi pengolahan madu, terutama untuk madu yang akan dipasarkan dalam kemasan yang menarik atau wadah plastik yang ramah lingkungan.

Di Amerika Serikat, produksi madunya mencapai 90.000 ton di tahun 1999 atau 10% dibawah produksi tahun sebelumnya karena disebabkan oleh cuaca. Sedangkan ekspor madu sebanyak 4.000 ton atau 15% dibawah ekspor tahun lalu. AS adalah salah satu pasar terbesar madu untuk industri dan umumnya dipergunakan untuk roti, makanan kesehatan, cereal. Pasar utama AS adalah Saudi Arabia, Yaman, Kanada dan Jerman.

Di Perancis, hanya madu yang dihasilkan oleh peternak lebah profesional dan semi profesional yang dapat memasuki pasar komersial melalui penjualan langsung dan melalui pasar atau yang sudah dibotolkan dan didistribusikan ke hiper market, super market atau toko. Di kebanyakan kasus, para peternak lebah amatir mengkonsumsi hasil madunya sendiri. Terkadang, dijual ke para tetangga atau rekan kerja. Total konsumsi madu 500-700 gr/perkapita/tahun sementara total produksi madu sekitar 30-40 ribu ton yang dipenuhi melalui impor sebanyak 6-12 ribu ton dan ekspor mencapai 2-5 ribu ton.

Jika Perancis berhasil memenuhi kebutuhan madu dalam negerinya hingga 80%, Uni Eropa hanya mampu memenuhi 50% kebutuhan madu domestiknya atau sekitar 130.000 ton. Negara-negara produsen madu di Eropa adalah: Yunani, Italia, Jerman, Perancis, Denmark.

Menurut Food and Agricultural Organization (2001), produksi madu dunia berada di kisaran 1,2 juta ton dimana 300 ribu ton dipasarkan dalam perdagangan internasional.

Produksi madu dunia cenderung tetap bahkan menurun sebagai konsekwensi logis dari harga madu yang kolaps di akhir 1980-an, meskipun permintaannya tetap karena trend kesehatan dan alami.

Produksi madu dunia dalam periode sepuluh tahun terakhir dari tahun 1991 s/d 2001 selalu meningkat yaitu dari 961 ribu ton pada 1991 menjadi 1,26 juta ton pada tahun 2001. ini berarti ada peningkatan sebesar 7,6% per tahunnya, dan diperkirakan pada tahun 2006 adalah sebesar 1,74 juta ton. Dan Asia adalah kawasan penghasil madu terbesar dunia, karena sepertiga dari total produksi madu dunia dihasilkan dari kawasan ini. Kemudian disusul oleh Eropa dan Amerika

**TABEL 2. PRODUKSI MADU DUNIA PER KAWASAN**

<b>World honey production by continent (x 1.000 tons)</b>											
<i>Continents</i>	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
<b>Africa</b>	109	117	129	131	138	142	140	139	141	144	145
<b>North and Central America</b>	222	216	223	195	183	174	189	218	201	208	205
<b>South America</b>	87	87	95	97	105	100	109	109	133	141	131
<b>Asia</b>	334	328	326	354	365	362	402	401	435	457	465
<b>Europe</b>	180	182	181	291	319	278	281	291	293	286	288
<b>Oceania</b>	29	29	30	38	27	35	36	31	29	29	29
<b>Total =</b>	<b>961</b>	<b>958</b>	<b>984</b>	<b>1103</b>	<b>1137</b>	<b>1091</b>	<b>1156</b>	<b>1188</b>	<b>1232</b>	<b>1265</b>	<b>1263</b>

(Sumber: Apiservices. Last update: 28/06/02)

Sedangkan jika diurutkan per negara, maka China menempati urutan pertama dengan produksi sebanyak 256 ribu ton pada tahun 2001, disusul Rusia dengan produksi sebanyak 125 ribu ton dan kemudian Amerika Serikat dengan produksi sebanyak 100 ribu ton.

Sepanjang 1991, negara-negara berkembang menyumbangkan 68,6% dari total madu dunia, naik signifikan jika dilihat pada tahun 1983 dengan total produksi 55,5% dari total madu dunia.

Peningkatan permintaan madu dunia ini lebih disebabkan karena meningkatnya minat masyarakat dunia pada produk-produk makanan sehat dan alami serta standar kehidupan yang lebih tinggi.

**TABEL 3. PRODUKSI MADU DUNIA PER NEGARA**

<b>World honey production by country I (x 1 000 tonnes)</b>					
<b>Countries &amp; Years</b>	1997	1998	1999	2000	2001
<b>China</b>	215	211	236	252	256
<b>Former USSR</b>	136	134	132	124	125
<b>USA</b>	89	100	94	100	100
<b>U.E.</b>	106	109	117	112	111
<b>Argentina</b>	75	75	93	98	90
<b>Turkey</b>	63	67	71	71	71
<b>Ukraina</b>	58	59	55	52	52

<b>Mexico</b>	54	55	55	59	56
<b>India</b>	51	51	51	52	52
<b>Canada</b>	30	46	37	31	32
<b>Australia</b>	27	22	19	19	19
<b>Brazil</b>	19	18	19	22	20
<b>Hungary</b>	16	17	16	15	16

(Sumber: Apiservices, Last update: 28/06/02)

### Volume pemasaran dan harga produk

Perdagangan madu dunia meningkat dari 287.191 ton pada 1989 menjadi 317.580 ton pada 1991, dengan peningkatan harga dari US\$ 295.3 juta menjadi US\$ 317.6 juta. Jika dilihat persentasenya maka volume produksi meningkat sebesar 10,6%, sedangkan harganya meningkat sebesar 7,6%.

Dalam beberapa tahun, harga madu dunia stabil dan bahkan menurun untuk beberapa jenis madu. Sedangkan pasar madu eukaliptus didominasi oleh Australia, cengkeh (*white clover*) oleh Kanada sementara akasia oleh China dan Hongaria.

Awal tahun 1970-an, trend *back to nature* dimulai. Konsekwensi langsungnya adalah jumlah madu yang ditawarkan di supermarket menurun, sehingga kurang dari 1 tahun harga pasar dunia meningkat tiga kali lipat. Saat ini China merajai pasar dunia, dan disaat yang sama dolar menurun nilainya.

Dengan harga US\$ 1000-2000 per ton, madu akan semakin sulit dijumpai di pasar dunia. Solusinya sederhana, naikkan harga menjadi US\$ 2000-3000 per ton. Di tingkat ini, tak ada lagi kekurangan produk dengan kualitas yang baik.

### Tujuan pasar produk dan peruntukannya

Pada dasarnya ada dua segmen pasar, yaitu pasar untuk madu meja dan pasar madu untuk industri. Madu meja biasanya digunakan sebagai pengoles roti atau sebagai pemanis alami. Madu untuk industri biasanya digunakan dalam permen, sereal, kacang madu, makanan bayi, produk-produk farmasi dan kosmetik.

### Strategi pemasaran yang dilakukan

Untuk meningkatkan laba yang dihasilkan dari pasar madu, strategi yang digunakan adalah menjual madu siap jual yang belum dikemas di pasar internasional (dengan memotong jalur perantara). Ini sudah dibuktikan oleh pedagang-pedagang dari Singapura. Tiga kawasan yang masih dapat dieksplorasi adalah:

1. Uni Eropa (terutama Jerman, Perancis, dan Inggris)
2. Importir besar: Amerika Serikat, Jepang dan Swiss
3. Negara-negara di kawasan Asia Tenggara

Strategi lain yang biasa dipakai adalah menghindari semua biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi madu campuran (yang secara otomatis akan mempengaruhi fluktuasi harga pasar) dan memperkenalkan madu yang berasal dari bunga tertentu, mono atau multi bunga dengan jaminan keaslian, kualitas, tidak terkontaminasi. Hal ini meningkatkan potensi tawar untuk pedagang atau pembeli di lingkungan supermarket, toko kesehatan, dan toko kimia di beberapa negara.

Untuk meningkatkan konsumsi madu dan guna membuat madu semakin tampil menarik, beraneka ragam variasi pengemasan dan madu setengah jadi serta produk-produk madu murni diperkenalkan kepada pasar. Meskipun madu-madu tersebut masih “hanya” berupa madu, namun tampilan luar dapat menambah nilai tertentu terhadap produk utama. Salah satu bentuk pemasaran yang patut dihargai dalam memasarkan madu adalah madu dalam sarang alaminya. Termasuk serpihan sisiran madu dalam wadah madu cair (bongkahan madu) adalah hal yang sangat menarik bagi banyak konsumen dan menghilangkan kecurigaan konsumen. Madu berbentuk krim (lembut, berbentuk kristal) adalah produk yang sangat enak dan mudah digunakan karena tidak menetes. Madu terkadang “ditingkatkan” dengan menambahkan pollen, propolis dan atau royal jelly tanpa merubah rasa madu itu sendiri.

Di beberapa negara, tampilan madu yang dipasarkan tidak penting, apakah itu berbentuk cair, kristal atau semi kristal maupun dengan atau tanpa partikel lilin, dsb. Karenanya madu tersebut dapat langsung dibotolkan sebagaimana adanya. Di beberapa negara lainnya, konsumen hanya menginginkan madu yang bersih dan lebih suka berbentuk cair. Melalui pendidikan konsumen, anggapan salah bahwa madu dimatangkan dengan menggunakan gula, dapat diluruskan. Untuk membuat madu tetap berupa cairan, bagaimanapun juga madu memang membutuhkan proses khusus.

Madu yang dikristalkan dapat dipasarkan tanpa melalui proses lebih lanjut jika warnanya nampak agak terang/jernih, madu dalam bongkahan besar dapat langsung dituangkan kedalam wadah. Madu berwarna terang cocok dijual sebagai madu sisiran dalam kemasan khusus yang mudah dilihat. Tetapi bentuk lain madu dapat dijual sebagai madu sisiran selama sisiran tersebut dibungkus dan relatif masih baru, seperti dengan lilin lebah berwarna terang atau putih. Dalam mencampur madu yang berbeda, harus diperhatikan perbandingan glukosa dan fruktosa dan kemungkinan diperlukannya perlakuan pemanasan. Pengkristalan madu dengan kelembaban rendah dapat diproses untuk memperpanjang kecairannya. Atau dapat dipaksa menjadi kristal dengan mengendalikan lingkungan guna mendapatkan kelembutan dan keseragaman yang konsisten.

#### **Pelaku yang bermain**

Jerman, Amerika Serikat, Inggris dan Jepang adalah pasar utama madu dunia. Perdagangan madu dalam jumlah besar di negara-negara ini berada di tangan para agen dan importir, tetapi di Jepang, hampir semua madu di impor oleh perusahaan dagang. Impor dalam jumlah besar melalui perantara akan mencapai konsumen setelah di kemas oleh industri. Kadang kala madu yang belum dikemas juga diimpor, namun jarang dari negara-negara sedang berkembang.

Di Amerika Serikat, madu di kumpulkan oleh para produsen dalam barel (300 kg), lalu dikirim ke koperasi dan diekspor. Di kasus ini, tak ada pencampuran madu baik diantara produsen dan pabrik pengemasan.

Kedua, petani dan pekerja yang mengumpulkan madu dan disimpan dalam berbagai kontainer. Kemudian dikumpulkan oleh pedagang intermediaries yang kemudian akan mengirimkannya ke koperasi atau pedagang khusus. Langkah selanjutnya melibatkan eksportir, yang mencampur madu menjadi seukuran kontainer, kemudian menyimpannya sebelum diekspor dalam barel (300 kg). Madu-madu ini kebanyakan adalah homogen dan disukai sektor industri sebagai bahan ramuan, dengan kualitas yang tetap sepanjang tahunnya.

#### **Kendala yang dihadapi**

Peraturan pangan nasional adalah penghalang utama bagi para eksportir potensial. Hampir semua pasar utama memberlakukan syarat bagi pasar luar negeri sama dengan pasar madu dalam negeri. Syarat-syarat tersebut sangat ketat dan sering kali sulit dipenuhi oleh negara-negara sedang berkembang.

Untuk pasar Arab Saudi misalnya, madu kemasan retail dikenakan biaya impor 12%. Sedangkan madu untuk keperluan industri biasanya tidak dikenakan pajak, namun harus meminta ijin dari kepabeanan. Saudi Arabian Standard Organization (SASO) Kementerian Perdagangan Arabia mempunyai standar kualitas madu tersendiri. Madu yang masuk ke negara ini harus menyertakan label yang menerangkan nama produk, asal, berat, tanggal kadaluarsa, nama importir dan nama eksportir.

## **BAB IV**

### **Kesimpulan**

#### **Tren pasar produk madu organis nasional**

Data volume kebutuhan produk madu organis di pasar nasional belum ada. Untuk pasar industri umumnya menyamakan dengan madu konvensional. Sedangkan karakteristik produk organis yang diperlukan oleh pasar industri, mereka menginginkan madu dengan standar tertentu. Misalnya kadar air yang tidak boleh melebihi 24%, dan bersih dari kotoran lebah.

Sedangkan untuk pasar konsumen, seiring dengan meningkatnya kesadaran akan hidup sehat dan trend *back to nature*, volume permintaan pasar semakin bertambah, walau tidak signifikan, terbatas di kalangan pengguna organis dan hidup sehat. Juga terlihat dari peningkatan penjualan di kalangan outlet LSM, dan madu organis umumnya habis diserap pasar lokal. Serta semakin banyaknya gerai-gerai organis yang menjual madu organis .

#### **Trend pasar produk madu organis internasional**

Pasar madu yang dikelola secara organis berkembang setiap hari. Dan yang perlu ditekankan adalah keberadaan produk-produk dengan label regional yang memuat asal geografis madu dan asal pakan lebah. Untuk Eropa, pasar madu organis relatif sangat kecil, diperkirakan hanya sekitar 1% total pasar madu konvensional. Penyebabnya adalah perbedaan antara madu organis dan konvensional sangat tipis, karena bagaimanapun juga, madu adalah produk alami.

Di Inggris, pasar untuk madu organis lebih luas (antara 4-5%), namun konsumsi madu perkapita penduduknya secara umum masih lebih rendah.

Saat ini, pasar madu organis di Jerman, Inggris dan Belanda diperkirakan sekitar 2.000 ton. Sementara itu pasar madu organis untuk keperluan industri diperkirakan 50% dari total pasar madu organis , lebih besar ketimbang pasar madu konvensional untuk industri yang hanya berkisar 20%. Ini disebabkan karena banyak pengolah bahan pangan organis lebih suka menggunakan madu sebagai salah satu bahan ingredientsnya.

Di tingkat pengecer, para pembeli lebih menyukai madu tanpa campuran, jumlah madu meja yang telah dicampur tidak begitu disukai.

## **BAB V**

### **Rekomendasi**

Data madu organis domestik dan luar negeri sangat sulit didapatkan. Ini lebih karena madu organis kebanyakan dimanfaatkan untuk keperluan konsumsi ketimbang untuk keperluan industri. Gema madu organis pun masih jarang terdengar dikalangan masyarakat umum, padahal Indonesia sangat berpotensi untuk mengembangkan madu organis karena hutan di Indonesia sangat luas.

#### **Rekomendasi di tingkat petani madu/produsen**

Guna memberdayakan petani madu organis, maka:

- 1). Untuk pasar madu organis domestik, dikalangan petani madu/produsen, perlu adanya intervensi lokal seperti diterapkannya panen lestari/tidak mengambil seluruh sarang lebah, sehingga harga lebih stabil.
- 2). Harus ada *buffer* harga agar tidak merugikan petani madu/produsen, misalnya Rp.30.000,-/kg. Selama ini tidak ada kesepakatan harga dasar di tingkat petani, tengkulak/pengumpul dapat semaunya menentukan harga, Madu berkualitas baik harganya disamakan dengan madu berkualitas buruk.
- 3). Jika ingin masuk ke pasar industri, perlu ada peningkatan mutu madu hutan di kalangan petani madu/sosialisai standar produk perlebaran agar madu yang dihasilkan sesuai dengan standar yang diinginkan industri atau persyaratan nasional (SNI 01-3545-1994). Perlu diingat bahwa kadar air madu organis tidak diperkenankan melebihi dari 24%, serta madu harus bersih, tidak boleh bercampur kotoran sarang lebah.

#### **Rekomendasi di tingkat trader**

- 1). Perluas dan konsentrasi di pasar domestik. Masyarakat lokal lebih menyukai madu organis dengan pertimbangan madu organis lebih terjamin keasliannya ditambah masyarakat masih memandang madu sebagai obat.
- 2). Untuk memperluas pemasaran,
  - \*) info produk/brosur/leaflet harus diperluas,
  - \*) perbanyak outlet baik di rumah makan, hotel, dll.
  - \*) masuki pasar-pasar swalayan yang kini banyak tersebar di kota-kota besar sehingga semakin banyak orang melihat/menemukan produk madu organis, dengan semakin banyaknya produk yang dipromosikan, maka pembeli ingin tahu/merasakan produk madu organis. Ini juga merupakan salah satu upaya kampanye mempopulerkan madu organis.
  - \*) buat kemasan semenarik mungkin, buat kemasan kecil untuk tahap mencoba terlebih dahulu, atau kemasan kecil untuk dipakai sebagai pengganti selai roti misalnya.
- 3). Lakukan pemasaran maya melalui internet
- 4). Untuk sementara tidak usah melirik pasar ekspor, karena harganya lebih rendah, US\$2/kg, bandingkan dengan pasar lokal madu organis yang bisa mencapai Rp.50.000,-/kg. Lagipula pasar lokal mampu menyerap total produksi yang dihasilkan petani. Potensi pasar madu organis luar negeripun relatif kecil, dibawah 5% dari total pasar madu konvensional.

## DAFTAR PUSTAKA

1. De Beer, J.H., 1993. Non-wood forest products in Indochina focus: Vietnam. FAO. Rome
2. ADB. 1992. Non-wood forest products. Forestry Master Plan. Government of Bangladesh, Ministry of Environment and Asian Development Bank.
3. Iqbal, M. 1991. Non-timber forest products. a study on their income generation potential for rural women in North-West Frontier Province (NWFP), Pakistan. Planning and Development Department, Govt. of NWFP and ILO. Peshawar.
4. Gupta, T., and A. Guleria. 1982. Some economic and management aspects of a non-wood forests product in India: tendu leaves. CMA Monograph No. 88. Oxford and IBM Publishing Co. New Delhi.

Lampiran 1: Data Panen Madu Apis dorsata Indonesia

**DATA PANEN MADU JARINGAN APIS DORSATA INDONESIA**

No	Daerah	Lembaga	Bulan produksi	Produksi	Daya serap	Satuan	Harga tk petani (Rp)	H. kota (Rp)	Keterangan
1	Luwuk utara	YBS	Juli - Sept	51.948	3.896	Kg	13.430	17.907	botol 860 ml
			Apr - June						
2	Alahaa	Yascita	Mar - Mei	7.500	750	Kg	12.500	19.250	H. kendari
			Okt - Des	15.000					Target 3000 kg
3	Berau	TNC	Nov - Jan	19.649		kg	25.025	53.900	H. Agen
4	Pelalawan, Riau	WWF	Jan - Apr	15.600		Kg			
			Apr - Juli	2.000		Kg			
			Okt - Des	3.500		Kg		15.000	mentah
			Total	33.000	13.800	Kg	10.000	20.000	(olah) kadar air diturunkan, 800 kg olahan
5	Meratus	LPMA	Mar - Mei	10.857	737	Kg	26.308	43.890	Serap 368 botol 620 ml
6	Kedang pahu	P3R	Apr - Mei	1.445	1.445	Kg	28.490		Tidak ada penjualan keluar karena pemakaian di lokal cukup banyak
7	Air hitam	Yakomsu	Okt - Des	37.365	3.737	Kg	20.000	30.000	
			Mar - mei						
8	Danau Sentarum	Riak Bumi	Apr - Jun	10.000	1.600	Kg	22.000	36.800	
			Nov - Des	20.000					
9	Tumbang titi	YDT	Okt	1.300	1.300	Kg	10.200	25.000	Hrg. Kecamatan
								30.000 - 35.000	Hrg. Kabupaten
	Total			208.064	27.265				
	Rata - rata				13%	Kg	18.662	29.083	
	Asumsi :								
	Riak bumi		1 kg = 0.7 lt						
	LPMA - Meratus		1 kg = 0.77 Lt						

(Sumber: Bolsa Nusantara, 2005)

Lampiran 2: Indonesia Honey Production from 1993-1998

**Indonesia Honey production from 1993 to 1998**

Year	Production (kg)
1993/94	2 387 350
1994/95	1 800 000
1995/96	1 800 000
1996/97	2 330 348
1997/98	2 615 728
Total	10 933 426
Average	2 186 685

Source: Biro Perencanaan (2000)

### Lampiran 3: Data Ekspor Impor Madu Indonesia

#### DATA EKSPOR IMPOR MADU INDONESIA 2004

- number of inhabitants / *nombre d'habitants* : 205 500 000
- size in square kilometers / *nombre de km<sup>2</sup>* : 1 904 443
- number of beekeepers / *nombre d'apiculteurs* : 1 000 (with *Apis mellifera*)
- number of beehives / *nombre de ruches* : 50 000 (with *Apis mellifera*)
- average production honey/beehive/year / *production moyenne miel/ruche/an* : 25 Kg
- average honey prices wholesale/retail / *prix moyens gros/détail* : 2 / 3 US \$ / Kg
- tons of exported honey / *tonnes miel exportées* : 100
- tons of imported honey / *tonnes miel importées* : 200
- addresses of national associations / *coordonnées associations nationales* :
  - Indonesian Beekeeping Association  
Manggala Wanabakti VII  
block, 11 th floor  
Jakarta 10270  
INDONESIA
  
- addresses of relative government ministries / *coordonnées responsable gouvernemental* :
  - Ministry of Forestry of Indonesia  
Manggala Wanabakti I  
block, 14 th floor  
Jakarta 10270  
INDONESIA
  
- diverse : research centers, laboratories, annual congresses, WEB, etc. / *divers : centres de recherches, labos, congrès annuels, WEB, etc...* :
  - National Beekeeping Center  
Km 12 Parungpanjang  
Bunar  
Bogor 16360  
INDONESIA
  
- comments / *commentaires* :
  - The number of hives and beekeepers are only for *Apis mellifera*. People raising *Apis cerana* and harvesting honey of *Apis dorsata* are not recorded (they are plenty lives surround the forest area).

Date / source : 2004/ Didik B Purwanto- Email: [dpurwan@yahoo.com](mailto:dpurwan@yahoo.com)

## Lampiran 4: Europe Honey Import 2001

Europe Honey  
Imports 2001

Déclarant:	EUR15	BL	DK	DE	EL	ES	FR	IRL	IT	NL	ÖST	PO	SUO	SVE	UK
<b>TOTAL INTRA</b>	<b>40 362</b>	<b>5 883</b>	<b>2 091</b>	<b>18 224</b>	<b>690</b>	<b>5 987</b>	<b>1 631</b>	<b>92</b>	<b>3 385</b>	<b>220</b>	<b>509</b>	<b>1 279</b>		<b>16</b>	<b>357</b>
Belgique	2 313	55		1 756	1	49	254		54	87	2	0		5	50
Danmark	1 084	10		842	3	102	3		4	7	110			1	1
Allemagne	5 281	132	101		586	615	696		2 758	64	204	47		2	76
Grèce	705	5		262		434	0		5	0					0
Espagne	2 629	27	2	982	0		322		48	2	1	1 230			15
France	10 175	2 944		4 368	9	2 523		2	307	11	3	0			8
Irlande	257			89		1			0	3					164
Italie	1 210	51		825	3	212	32			45	21				22
Pays Bas	7 087	2 135	12	4 815	10	23	41		23		8			1	20
Autriche	2 771			2 440	1	178	2		151					0	0
Portugal	1 577			102		1 461	14								0
Finlande	419	0	271	110	1		33							4	0
Suède	2 131	3	1 513	218	6	202	26		3		160				
United Kingdom	2 724	520	192	1 417	72	188	210	89	33	1		1		2	
<b>TOTAL PAYS TIERS</b>	<b>157 538</b>	<b>6 767</b>	<b>3 421</b>	<b>88 683</b>	<b>1 269</b>	<b>12 619</b>	<b>4 184</b>	<b>1 081</b>	<b>10 839</b>	<b>1 813</b>	<b>2 216</b>	<b>414</b>	<b>546</b>	<b>500</b>	<b>23 186</b>
Argentine	46 508	1 626	886	27 754		3 656	983	971	6 485	188	150		60	58	3 690
Chine	36 627	3 509	1 684	11 462		7 120	126		351	678	532	233		20	10 910
Mexique	17 695	892	47	13 115		272	168		198	18	242	79			2 664
Hongrie	10 325	65	173	3 620		23	2 651		2 278		714		211	92	499
Uruguay	6 687			5 987		561					60				80
Roumanie	6 421	137		4 670	225	220	20		688	4	21			21	415
Cuba	5 836	28	126	3 210		748	17			208	107		255		1 138
Chili	4 457	1		4 014		10	11		66	226	67				61
Australie	2 983	51		927					21			101	20	2	1 862

<b>Turquie</b>	2 698	146	23	2 092		5	44			294	18			41	35
<b>Bulgarie</b>	2 442	40		848	1 017		57		209	58	212				
<b>Nouv. Zélande</b>	2 229	37	128	1 365					4	7				0	688
<b>Canada</b>	2 091	99	98	1 404			77	108	8	0				13	285
<b>Rep. Tchèque</b>	1 782		256	1 341							3			181	1
<b>Inde</b>	1 533			1 526											7
<b>Viet-Nam</b>	1 497	58		1 118						19					302
<b>El Salvador</b>	1 101			1 040					20		20				20

([Sources](#): Apisevices)

Lampiran 5: Produksi dan Perdagangan Madu Dunia 1997

**Produksi dan Perdagangan Madu Dunia, 1997**

	<b>Production</b> (tonnes)	<b>Import</b> (tonnes)	<b>Value</b> (US\$1 000)	<b>Export</b> (tonnes)	<b>Value</b> (US\$ 1 000)
<b>Total</b>	<b>1 112 000</b>	<b>317 630</b>	<b>539 820</b>	<b>264 701</b>	<b>453 546</b>
Argentina	65 000	171	336	70 422	108 361
Australia	26 000	30	70	13 287	22 159
Canada	29 000	1 992	3 279	8 408	17 054
China	188 000	2 296	2 393	48 306	69 200
Cuba	6 000	-	-	3 800	5
Ethiopia	31 000	-	-	1	5 000
Germany	12 000	83 295	130 383	13 061	33 406
Kenya	26 000	20	57	1	1
Mexico	54 000	135	246	26 900	41 090
South Africa	1 000	587	707	27	83
UK	3 000	21 223	37 282	904	2 430
USA	90 000	75 950	124 852	4 111	7 858

Sumber: FAO Production Yearbook, Vol. 51; FAO Trade Yearbook, Vol. 51.

Lampiran 6: Daftar Eksportir/Importir/Supplier Madu Organik /Konvensional Dunia

**DAFTAR EKSPORTIR/IMPORTIR/SUPPLIER MADU KONVENSIONAL/ORGANIS DUNIA**

<p><b>Alcomm Ltd</b>                  SouthBank House                  Black Prince Road                  London                  SE1 7SJ</p> <p>Tel: 020 7793 4014                  Fax: 020 7793 4031</p> <p>Email: <a href="mailto:pleurat@alcommx.co.uk">pleurat@alcommx.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr P Shabani</p>	<p><b>BHC (Honey Suppliers) Ltd</b>                  Unit 3                  Ffrwdrech Ind. Estate                  Brecon                  Powys                  LD3 8LA</p> <p>Tel: 01874 622335                  Fax: 01874 623141</p> <p>Web site: <a href="http://www.bhchoneysuppliers.co.uk/">http://www.bhchoneysuppliers.co.uk/</a>                  Email: <a href="mailto:mailto:bhchoney@aol.com">mailto:bhchoney@aol.com</a></p> <p><b>Contact:</b> Robin Lewis, Managing Director</p> <p><b>Type of Business:</b> Honey packer</p> <p><b>Main areas of business:</b> Honey packing</p> <p><b>Products available:</b> A wide variety of straight honey, Summer fruits in honey, Fruit and nuts in honey, Honey spreads, Honey Mustards</p> <p><b>Retail Stockists:</b> Varied - telephone for further information</p>
<p><b>Boyne Valley Foods</b>                  Platin                  Drogehda                  Co Louth                  Eire</p> <p>Tel: 00353 419 870300                  Fax: 00353 419 8700339</p> <p>Email: <a href="mailto:price@boynevalley.com">price@boynevalley.com</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr P Rice</p>	<p><b>Etco International Commodities</b>                  2nd Floor,                  Cooper House                  316 Regents Park Road                  London                  N3 2JX</p> <p>Tel: 020 8371 8800                  Fax: 020 8371 8850</p> <p>E-mail: <a href="mailto:etco@etco.co.uk">etco@etco.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr T Rodriguez</p> <p><b>Type of Business:</b> Agent/importer for Cuban Honey. Importer for other origins.</p> <p><b>Products available:</b> Cuban Honey (in bulk and bottled) and other origins</p>
<p><b>Cotswold Honey Ltd</b>                  Unit 1                  Avenue Three</p>	<p><b>Kimpton Brothers Limited</b>                  10-14 Hewett Street                  London</p>

<p>Station Lane Witney OX8 6HZ</p> <p>Tel: 01993 703 294 Fax: 01993 774 227</p> <p>Web site: <a href="http://www.cotswoldhoney.co.uk">www.cotswoldhoney.co.uk</a> Email: <a href="mailto:laurie@cotswoldhoney.co.uk">laurie@cotswoldhoney.co.uk</a> Email: <a href="mailto:neil@cotswoldhoney.co.uk">neil@cotswoldhoney.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr L Keys</p> <p><b>Type of Business:</b> Packer of speciality honeys and gift packs</p> <p><b>Main areas of business:</b> Specialize in unique single source honeys from all over the world. Packed in glass, ceramic, Kilner jars, from 1oz to 1 tonne. Registered Organic Honey Supplier by the Soil</p>	<p>EC2A 3HA</p> <p>Tel: 020 7247 2072 Fax: 020 7247 2784</p> <p>Web site: <a href="http://www.kimpton.co.uk/">http://www.kimpton.co.uk/</a> Email: <a href="mailto:thomas.heck@kimpton.co.uk">thomas.heck@kimpton.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr T Heck</p> <p><b>Type of Business:</b> Importer &amp; Distributor of honeys from around the world</p> <p><b>Main areas of business:</b> International trading house specializing in honey, nuts, dried fruits, seeds, beans, spices and chemicals</p> <p><b>Products available:</b> as above</p>
<p><b>Kimpton Brothers Limited</b> 10-14 Hewett Street London EC2A 3HA</p> <p>Tel: 020 7247 2072 Fax: 020 7247 2784</p> <p>Web site: <a href="http://www.kimpton.co.uk/">http://www.kimpton.co.uk/</a> Email: <a href="mailto:thomas.heck@kimpton.co.uk">thomas.heck@kimpton.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr T Heck</p> <p><b>Type of Business:</b> Importer &amp; Distributor of honeys from around the world</p> <p><b>Main areas of business:</b> International trading house specializing in honey, nuts, dried fruits, seeds, beans, spices and chemicals</p> <p><b>Products available:</b> as above</p>	<p><b>Landauer Honey Ltd</b> Top Barn Newton Cambridge CB2 5PB</p> <p>Tel: 01223 872444 Fax: 01223 872512</p> <p>Email: <a href="mailto:landauerhoney@compuserve.com">landauerhoney@compuserve.com</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr S Steen</p> <p><b>Type of Business:</b> Landauer Honey blend and refine honey to customers specification for supply to the pharmaceutical, bakery, confectionery and cereal manufacturing industries.</p> <p><b>Main areas of business:</b> Honey</p> <p><b>Products available:</b> Deliveries are made in quantities ranging from 25 kilo buckets to 20 ton road tankers</p>
<p><b>Mann Speciality Foods</b> Kere Volley Cordeman St Marks Ballasalla - Isle of Man IM9 3AJ</p> <p>Tel: 01624 851 971 Fax: 01624 852 418</p>	<p><b>Netra Agro (UK) Ltd</b> 1st Floor Bishop's Court 17a The Broadway Old Hatfiled AL9 5HZ</p> <p>Tel: 01707 820 030</p>

<p>Email: <a href="mailto:raratcliffe.honey@manx.net">raratcliffe.honey@manx.net</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr R Ratcliffe</p>	<p>Fax: 01707 820 029</p> <p>Email: <a href="mailto:robin@svz-uk.com">robin@svz-uk.com</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr R Oliver</p> <p><b>Type of Business:</b> We are traders of honey, sourcing form worldwide locations</p> <p><b>Main areas of business:</b> Honey trading, we also supply Raw Materials for the yoghurt and jam industry</p>
<p><b>Martlet Natural Foods</b> 10-14 Meadow Close Ise Valley Wellingborough Northants NN8 4BH</p> <p>Tel: 01933 442022 Fax: 01933 440815</p> <p>Email: <a href="mailto:melb@rayner.co.uk">melb@rayner.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Retail Sales - Peter Twiss Industrial Sales - Ian Frost / John Gregory-Wood Technical enquiries - Sally DiMartino General Enquiries - Barbara Wynn-Werninck</p> <p><b>Type of Business:</b> Food Manufacturer</p> <p><b>Main areas of business:</b> Retail packs, Foodservice and Industrial / Manufacturing Branded and Own Label; Sizes include mini jars, 227g, 340g, 454g, 908g, a wide range of buckets and larger bulk sizes.</p> <p><b>Products available:</b> Blends of Clear and set honey Specialities by country and floral type Organic honeys (Soil Association Certified) Speciality varieties including Royal Jelly, Ginseng, Guarana and Evening Primrose Oil Combination products - honey with banana, lime or ginger. Honey glazes, blends and marinades for industrial market, developed to customer specification (minimum quantities apply) Honegar - a mixture of honey and apple cider vinegar for treatment of arthritis and joint pain.</p>	<p><b>Premier Foods</b> Premier House Grantham Centrium Busines Park Griffiths Way</p> <p>Tel: 01727 815850 Fax: 01727 815982</p> <p>Web site: <a href="http://www.premierfoods.co.uk/">http://www.premierfoods.co.uk/</a> Email: <a href="mailto:Julian.Dunn@premierfoods.co.uk">Julian.Dunn@premierfoods.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Julian Dunn</p> <p><b>Type of Business:</b> Honey packer and food manufacturer</p> <p><b>Main areas of business:</b> A packer of Honey and manufacturer of some of the nation's favourite foods and drinks, like Typhoo, Cadbury Drinking Chocolate, Branston, Hartley's Preserves, Pickles, Table Jellies, Condiment Sauces and Cooking Sauces</p> <p><b>Products available:</b> Retail Honeys - Blended and Speciality. Honeys are packed in a range of glass jars from 28g minis to 908g. Plastic tubs, from 1.125 kg to 25kg, drums, tanks and tankers are also available for industrial customers. Brands - Gales and Honeysuckle</p> <p><b>Retail stockists:</b> Major supermarkets, co-ops, independent retailers and catering distributors</p>
<p><b>R.B. Trading Ltd</b> Droeway No 2 Bonfire Lane</p>	<p><b>Rowse Honey Ltd</b> Moreton Avenue Wallingford</p>

<p>Horsted Keynes West Sussex RH17 7AL</p> <p>Tel: 01825 791 831 Fax: 01825 791 553</p> <p>Email: <a href="mailto:ivanleng@supanet.com">ivanleng@supanet.com</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr I Leng</p>	<p>Oxon OX10 9DE</p> <p>Tel: 01491 827400 Fax: 01491 827434</p> <p>Web: <a href="http://www.rowsehoney.co.uk/">http://www.rowsehoney.co.uk/</a> Email: <a href="mailto:stuart.bailey@rowsehoney.co.uk">stuart.bailey@rowsehoney.co.uk</a> Email: <a href="mailto:brian.butcher@rowsehoney.co.uk">brian.butcher@rowsehoney.co.uk</a></p> <p><b>Contact:</b> Mr S Bailey</p> <p><b>Type of Business:</b> Honey refiner/packer</p> <p><b>Main areas of business:</b> Retail, catering and industrial. Branded and own label. Soil Association Approved Organic Honey supplier.</p> <p><b>Products available:</b> Organic Honeys, "Easy Squeezy" Honeys, a wide range of speciality and blended honeys. Honeys are packed in a range of glass jars from 28g minis to 908g, squeezy bottles and plastic tubs. 25kg tubs, drums, tanks and tankers are also available for industrial customers</p> <p><b>Retail Stockists:</b> Major supermarkets, co-ops, independent retailers, health food and catering distributors</p> <p><b>Technical Advisor</b> Mr P Martin, C.Chem., M.Chem.A.,FRSC QP Services 32 West Avenue Hayes UB3 2EY</p> <p>Tel: 020 8561 3393 Fax: 020 8569 2434</p> <p>Email: <a href="mailto:honeysci@aol.com">honeysci@aol.com</a></p> <p><b>Secretary</b> Mr W J Anzer MBE, MCIM 15 Primrose Court St John's Wood London NW8 7LD</p> <p>Tel: 020 7722 7488 Fax: 020 7722 2309</p> <p>Email: <a href="mailto:honeyassociation@aol.com">honeyassociation@aol.com</a></p>
---	--