

## **Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren* Di Kota Manado**

### ***Marketing Strategy Of Umah Duren Durian Fruit Processed Products In Manado City***

**Tesalonika Millenia Ivone Limbat<sup>(1)(\*)</sup>, Rine Kaunang<sup>(2)</sup>, Mellisa Lady Gisela Taroreh<sup>(2)</sup>**

1) Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

2) Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

\*Penulis untuk korespondensi: tesalonikalimbat62@gmail.com

---

Naskah diterima melalui Website Jurnal Ilmiah agrisocioekonomi@unsrat.ac.id

: Jumat, 28 Oktober 2022

Disetujui diterbitkan

: Sabtu, 28 Januari 2023

---

#### **ABSTRACT**

*This study aims to find out how the marketing strategy for processed durian fruit Umah Duren in Manado City. This research was conducted from June to August 2022. The data analysis method used in this study was SWOT analysis. SWOT analysis is an analysis that includes efforts to identify strengths and weaknesses (internal), opportunities and threats (external) faced. The data used are primary data and secondary data. Primary data obtained directly from respondents by conducting direct interviews using questionnaires. Secondary data obtained from other information data related to this research. The results of this study indicate that the Marketing Strategy for Processed Durian Fruit Products Umah Duren in Manado City through the analysis method on the SWOT matrix is obtained at the coordinates of 1.67 : 2.68, which means that the position is in quadrant I, namely supporting the growth strategy (growth).*

*Keywords : strategy; marketing; processed product*

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk olahan buah durian *Umah Duren* di Kota Manado. Penelitian ini dilakukan dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2022. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang mencakup upaya-upaya untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (internal), peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden dengan melakukan wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner, dan data sekunder diperoleh dari data informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren* di Kota Manado melalui metode analisis pada matriks SWOT diperoleh pada titik koordinat 1,67 : 2,68 yang artinya posisi tersebut berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi pertumbuhan (*growth*).

Kata kunci : strategi; pemasaran; produk olahan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Durian (*Durio zibethinus Murr.*) merupakan tanaman yang berasal dari Asia Tenggara, terutama Indonesia, dengan pusat keragaman di Pulau Kalimantan. Durian sudah dikenal di Asia Tenggara sejak abad ke 7 Masehi. Durian merupakan tanaman hutan yang memiliki rasa yang luar biasa, durian lalu berkembang menjadi tanaman pekarangan yang selanjutnya dikebunkan (Sobir dan Napitupulu, 2010).

Pelaku usaha yang menjual produk olahan buah durian di kota Manado terbilang masih minim hanya terdapat beberapa usaha yang sudah dikenal masyarakat akan tetapi produk yang dijual tidak hanya berfokus pada produk olahan buah durian melainkan terdapat produk lainnya. Pelaku usaha di Kota Manado lebih cenderung menjual buah durian utuh dibandingkan menjual produk dari hasil olahan buah durian. *Umah Duren* Manado menjadi satu-satunya pelaku usaha yang dikenal masyarakat kota Manado sebagai pelaku usaha yang menjual produk hasil olahan buah durian karena 90 persen produk yang dijual adalah produk dari hasil olahan buah durian.

Usaha *Umah Duren* awalnya merupakan usaha kecil-kecilan yang dimiliki oleh ibu Trisia Ni Nyoman Ayu Manik yang juga memiliki profesi utama sebagai dokter gigi. Usaha ibu Ayu sebelum membuka *Umah Duren* adalah membuka usaha beras hingga akhirnya pandemi *COVID-19* menyebabkan usaha beras ibu Ayu mulai sepi dan pendapatan mulai menurun. Bermula pada merintis usaha beras akhirnya ibu Ayu mulai menjual buah durian utuh kemudian belajar membuat produk hasil dari olahan buah durian yaitu pancake durian yang dijual lewat grup facebook dan whatsapp. Usaha yang menjual durian dan produk hasil olahan buah durian mulai diminati banyak orang dan berkembang maka ibu Ayu membuka sebuah kios kecil di pinggir jalan yang tepatnya berada di Jln. Ahmad Yani No. 18 Sario Utara, Kecamatan Sario, Kota Manado, Sulawesi Utara yang sekaligus menjadi awal didirikannya *Umah Duren* pada bulan Januari 2019. Seiring berjalannya waktu berdasarkan

postingan sosial media pada bulan September tahun 2020, *Umah Duren* mulai diperbesar mulai dari tempat usaha sampai mengembangkan produk yang dijual, yang awalnya hanya menjual buah durian sampai akhirnya menjual berbagai variasi produk hasil dari olahan buah durian yang diterima dengan baik oleh konsumen.

Produk dari hasil olahan buah durian yang dijual di *Umah Duren* adalah Pancake Durian, Boba Durian, Brownies Durian, Cendol Durian, Ketan Durian, Es Lilin Durian, Es Krim Durian, dan Es Durian. Produk yang bervariasi menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. *Umah Duren* juga menawarkan produk dari olahan buah lain seperti Smoothies Buah Naga, Smoothies Mangga Dodol, Smoothies Kelapa Muda, dan Alpukat Kocok.

*Umah Duren* telah memiliki 3 cabang besar yang berada di Sario, Paniki, dan Utara diantaranya ada di IT Center, Freshmart Airmadidi, Kawasan Megamas, Paal Dua, dan masih ada beberapa lagi. Usaha *Umah Duren* juga sudah beberapa kali mengikuti event kuliner yang diadakan di Kota Manado salah satunya Festival Pekan Rakyat Manado dan KUR Festival dan UMKM. Jumlah karyawan di *Umah Duren* secara keseluruhan berjumlah 30 orang. Sedangkan jumlah karyawan di *Umah Duren* Sario yang akan menjadi tempat penelitian berjumlah 15 orang, dimana salah satunya ibu Siti yang menjadi penanggung jawab untuk *Umah Duren* Sario.

Laku tidaknya suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor tersebut terbagi atas dua bagian yaitu faktor internal (produk, pemasaran, distribusi dan lain sebagainya) dan faktor eksternal (respon pasar, keadaan sosial ekonomi geografis dan politik pada suatu daerah). Faktor internal dan eksternal yang diperoleh dari suatu usaha, dapat menentukan kekuatan kelemahan, peluang dan ancaman untuk kemudian dianalisis menjadi sebuah strategi pemasaran usaha.

Banyak contoh yang menunjukkan adanya perusahaan agroindustri yang mulanya tidak berkembang, namun akhirnya dapat perlahan mulai berkembang atau sebaliknya yang awalnya berkembang menjadi menurun perkembangannya karena berbagai alasan, hal

ini disebabkan karena pengaturan manajemen, ketersediaan bahan baku atau ketertarikan konsumen yang membeli produk agroindustri tersebut. *Umah Duren* perlu membuat strategi pemasaran agar dapat mengatasi permasalahan yang ada baik dari internal maupun eksternal. Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran produk olahan buah durian *Umah Duren* di Kota Manado.

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi pemasaran produk olahan buah durian *Umah Duren* di Kota Manado.

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Bagi peneliti, peneliti ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti tentang permasalahan yang dikaji.
2. Bagi pedagang produk olahan buah durian, Penelitian ini diharapkan menjadi sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan dalam menyusun kebijakan strategi pemasaran yang lebih baik di masa yang akan datang untuk mengembangkan usahanya.
3. Bagi pemerintah Kota Manado, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran untuk menentukan kebijakan mengenai pemasaran produk olahan buah durian di Kota Manado.

## **METODE PENELITIAN**

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian dilakukan dari bulan Juni sampai dengan Agustus 2022, mulai dari persiapan sampai dengan penyusunan laporan hasil penelitian. Penelitian ini dilaksanakan di *Umah Duren* Manado yang berlokasi di Jl. Ahmad Yani No.18, Sario Utara, Kecamatan Sario, Kota Manado, Sulawesi Utara.

### **Metode Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden dengan melakukan wawancara langsung dengan menggunakan kuesioner yang telah disiapkan. Responden dalam penelitian ini yaitu pemilik usaha dan karyawan *Umah Duren*. Data sekunder diperoleh dari data informasi lain yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder yaitu studi literatur yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

### **Konsep Pengukuran Variabel**

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah penjabaran dari analisis SWOT yaitu:

1. Adapun faktor internal yang diukur dalam penelitian:
  - a. Satu-satunya usaha penjual produk olahan buah durian
  - b. Kualitas produk yang baik
  - c. Memiliki garansi produk
  - d. Harga produk terjangkau
  - e. Lokasi strategis
  - f. Kegiatan promosi menggunakan sosial media
  - g. Luas tempat yang kurang memadai
  - h. Kurangnya lahan untuk menjadi tempat parkir
  - i. Tempat usaha belum milik sendiri
  - j. Pelayanan karyawan belum maksimal
2. Adapun faktor eksternal yang diukur dalam penelitian:
  - a. Menarik perhatian dan minat konsumen
  - b. Perkembangan teknologi informasi komunikasi, dan ITS (*Intelligent Transport System*)
  - c. Meningkatnya permintaan buah durian
  - d. Kerjasama dengan pemasok durian
  - e. Akses transportasi mudah
  - f. Mengikuti *event* kuliner yang ada
  - g. Adanya kemungkinan pesaing
  - h. Pengaruh iklim dan cuaca
  - i. Kemudahan beralih ke produk pesaing
  - j. Promosi dari usaha lain lebih baik
  - k. Pencabutan izin usaha

### Metode Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penelitian adalah analisis SWOT. Analisis SWOT adalah analisis yang mencakup upaya-upaya untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (internal), peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi. Analisis SWOT identifikasi sistematis berbagai faktor untuk mengembangkan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*) namun, secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategi selalu dikaitkan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategi harus menganalisa faktor-faktor strategi perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman).

Menurut Rangkuti (2006), analisis SWOT dirancang dengan menggunakan tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*) dan EFAS (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary*).

#### 1. Tabel IFAS (*Internal Strategic Factors Analysis Summary*)

Tabel IFAS merupakan alat analisis untuk mengukur seberapa penting sumber daya internal bagi perusahaan dan seberapa baik kemampuan sumber daya internal yang dimiliki tersebut. IFAS membantu manajer mengorganisir faktor-faktor strategis internal ke dalam kategori kekuatan dan kelemahan.

#### 2. Tabel EFAS (*Eksternal Factors Analysis Strategic*)

Tabel EFAS disusun dengan berdasarkan informasi yang kita dapatkan dari kegiatan menganalisis lingkungan eksternal. *External Factor Analysis Summary* (EFAS). EFAS merupakan alat analisis untuk mengukur seberapa penting faktor lingkungan eksternal dan seberapa baik manajemen menanggapi faktor tersebut. EFAS membantu manajer mengorganisir faktor-faktor strategis eksternal ke dalam kategori peluang dan ancaman. Menyusun dan menentukan faktor-faktor strategis eksternal dan internal untuk menyusun dan menghitung nilai bobot, rating dan skor untuk tabel eksternal

dan internal dibuat teknik skala sebagai berikut (Rangkuti, 2006):

- a. Bobot Nilai  
Memberi bobot masing-masing dalam kolom bobot mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai 0,0 (tidak penting).
- b. Rating Nilai  
5 = Sangat Tinggi  
4 = Tinggi  
3 = Netral  
2 = Rendah  
1 = Sangat Rendah  
Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang bersifat positif, sebaliknya pemberian rating untuk faktor kelemahan dan ancaman bersifat negatif.
- c. Skor Nilai  
Untuk skor nilai dihitung dengan menggunakan rumus:

$$SN = BN \times RN$$

Keterangan:

SN = Skor Nilai

BN = Bobot Nilai

RN = Rating Nilai

Melakukan pertimbangan profesional pada analisis faktor strategis internal dan eksternal memiliki pembatas. Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya, sedangkan pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya. Jumlah bobot pada masing-masing lingkungan internal dan eksternal harus berjumlah = 1 (satu). Skor total internal total bobot kekuatan + total bobot kelemahan = 1. Skor total eksternal total bobot peluang + total bobot ancaman = 1. Nilai bobot menurut Rangkuti (2013) berdasarkan ketentuan “Skala 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting).”

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Umum *Umah Duren*

*Umah Duren* terletak di Jl. Ahmad Yani No.18 Kelurahan Sario Utara, Kecamatan Sario,

Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Kota Manado sebagai Ibukota Provinsi Sulawesi Utara memiliki daya tarik tersendiri khususnya di bidang pariwisata dan kuliner. Ketertarikan wisatawan tidak hanya di bidang pariwisata seperti wisata Taman Bawah Laut Bunaken saja, tapi di Kota Manado terdapat banyak makanan yang khas sehingga menarik perhatian wisatawan yang berkunjung di Kota Manado. Kota Manado beriklim tropis yang hanya memiliki dua musim yaitu, musim hujan dan musim panas. Kuliner yang dapat dijumpai di Kota Manado sangat beranekaragam dan dapat disesuaikan dengan cuaca yang sedang berlangsung.

Usaha *Umah Duren* adalah usaha yang menjual buah durian, baik buah durian yang utuh maupun buah durian yang sudah dikupas dan dikemas dengan baik serta produk olahan dari buah durian seperti pancake durian, boba durian, es krim durian, brownies durian, es lilin durian, dan lain sebagainya. *Umah Duren* memberikan garansi produk kepada konsumen apabila produk yang dibeli bermasalah atau kualitas produk tidak sesuai dengan standart yang telah diberikan untuk masing-masing produk olahan buah durian maupun buah durian.

### Identifikasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal *Umah Duren*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak Pemerintah Kecamatan Sario, driver gojek, pembeli, pemilik usaha serta penanggung jawab dan karyawan *Umah Duren*, maka diperoleh sepuluh faktor internal usaha *Umah Duren* dan sebelas faktor eksternal usaha *Umah Duren*.

**Tabel 1. Identifikasi Faktor Internal Usaha *Umah Duren***

Faktor Internal	
1	Satu-satunya penjual produk olahan buah durian
2	Kualitas produk yang baik
3	Memiliki garansi produk
4	Harga produk terjangkau
5	Lokasi strategis
6	Kegiatan promosi menggunakan sosial media
7	Luas tempat yang kurang memadai
8	Kurangnya lahan untuk menjadi tempat parkir
9	Tempat usaha belum milik sendiri
10	Pelayanan karyawan belum maksimal

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

**Tabel 2. Identifikasi Faktor Eksternal Usaha *Umah Duren***

Faktor Eksternal	
1	Menarik perhatian dan minat konsumen
2	Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi dan ITS ( <i>Intelligent Transport System</i> )
3	Meningkatnya permintaan buah durian
4	Adanya kerjasama dengan pemasok buah durian
5	Akses transportasi mudah
6	Mengikuti <i>Event</i> kuliner yang ada
7	Adanya kemungkinan memiliki pesaing
8	Pengaruh iklim dan cuaca
9	Kemudahan beralih ke produk pesaing
10	Promosi dari usaha lain lebih baik
11	Pencabutan izin usaha

Sumber: Diolah Peneliti, 2022

### Analisis Faktor Internal

Faktor Internal adalah lingkungan organisasi yang berada dalam organisasi dan memiliki efek langsung dan spesifik pada kinerja perusahaan. Analisis lingkungan internal dilakukan dengan mengumpulkan, mengolah, dan mengevaluasi informasi yang terkait dengan bidang fungsional perusahaan sehingga dapat diketahui factor kekuatan dan factor kelemahan yang dimiliki *Umah Duren*.

1. Satu-satunya usaha penjual produk olahan durian: Usaha yang hanya dominan menjual produk olahan buah durian dan buah durian montong dengan terstruktur di Kota Manado hingga saat ini baru *Umah Duren*. Kebanyakan usaha yang berkaitan dengan buah durian di Kota Manado hanya fokus menjual buah durian saja tanpa memikirkan konsep dan struktur usaha yang baik.
2. Kualitas produk yang baik: Pemilik usaha sangat mengutamakan kualitas produk yang baik untuk semua produk yang dijual. Meskipun belum memiliki pesaing dengan usaha yang serupa, kualitas produk yang baik sangat perlu diperhatikan mengingat akan berpengaruh pada penilaian konsumen terhadap produk yang dibeli. Apabila produk memiliki kualitas yang baik maka konsumen akan merasa puas dengan produk yang sudah dibeli dan tidak akan segan untuk membeli kembali, dengan begitu penjualan akan meningkat.
3. Memiliki garansi produk: Garansi produk pada usaha kuliner masih sangat langka ditemukan dan tidak semua usaha kuliner dapat memberikan garansi produk. *Umah Duren* memberikan garansi produk terhadap produk yang dijual sebagai bentuk jaminan

untuk konsumen bahwa produk yang dijual selalu dalam keadaan baik dan berkualitas, apabila produk yang dijual bermasalah atau tidak sesuai dengan standart maka konsumen berhak mengklaim garansi dengan cara menukarkan produk yang bermasalah dengan produk yang baru sesuai syarat dan ketentuan yang berlaku.

4. Harga produk terjangkau: Buah durian termasuk pada golongan buah yang memiliki harga yang cukup tinggi sehingga biasanya produk yang menggunakan durian sebagai bahan baku akan memiliki harga yang lebih tinggi, tapi untuk *Umah Duren* harga yang ditetapkan oleh pemilik masih terjangkau dan sesuai dengan harga pasaran.
5. Lokasi strategis: Lokasi usaha *Umah Duren* saat ini sangat strategis karena berada tepat ditepi jalan raya dan sangat mudah diakses semua kalangan baik menggunakan transportasi pribadi maupun transportasi umum. Selain itu, *Umah Duren* terletak dekat pusat kota yang sangat mudah dijangkau oleh masyarakat dan wilayah sekitar.
6. Kegiatan promosi menggunakan media sosial: Usaha *Umah Duren* memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan berbagai macam produk olahan buah durian melalui (*Instagram, Facebook, dan Whatsapp*).
7. Luas tempat yang kurang memadai: Tempat usaha *Umah Duren* saat ini belum memiliki luas tempat yang memadai untuk menampung seluruh konsumen yang datang untuk membeli serta memilih untuk makan dan minum ditempat, dikarenakan luas tempat yang belum memadai kadang ada konsumen yang tidak mendapatkan tempat untuk duduk.
8. Kurangnya lahan untuk menjadi tempat parkir: Konsumen *Umah Duren* yang datang membawa kendaraan pribadi terpaksa harus menggunakan bahu jalan dan trotoar sebagai tempat parkir.
9. Tempat usaha belum milik sendiri: Tempat usaha *Umah Duren* saat ini belum berstatus kepemilikan sendiri melainkan fasilitas milik perusahaan yang awalnya diberikan kepada pemilik usaha *Umah Duren* sebagai

rumah dinas yang kemudian dijadikan tempat usaha dengan izin dari pimpinan perusahaan.

10. Pelayanan karyawan belum maksimal: Pemilik usaha *Umah Duren* masih berusaha untuk memberikan arahan dan pelatihan terhadap karyawan untuk memaksimalkan pelayanan terhadap konsumen.

### **Analisis Faktor Eksternal**

Setiap usaha dapat menganalisis lingkungan eksternal dengan cermat karena berpengaruh sangat besar terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Lingkungan eksternal merupakan kondisi atau keadaan yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan secara langsung.

1. Menarik perhatian dan minat konsumen: Di zaman sekarang hadirnya suatu usaha baru yang ramai diketahui lewat sosial media dan memiliki produk yang masih asing di tengah masyarakat pastinya sangat menarik perhatian dan minat konsumen untuk mencoba produk yang dijual usaha tersebut.
2. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi: Pada saat ini Sebagian besar orang menggunakan internet untuk mencari atau mendapatkan informasi serta memberikan informasi lewat internet. Internet dapat dijadikan salah satu sarana bagi suatu usaha untuk melakukan promosi dan menjual produk sehingga nantinya dapat diakses oleh konsumen darimana saja.
3. Meningkatnya permintaan buah durian: Menjalankan suatu usaha produk olahan dengan bahan baku utama durian dengan permintaan konsumen secara terus menerus pastinya akan meningkatkan permintaan buah durian sebagai bahan baku utama.
4. Adanya kerjasama dengan pemasok durian: Kerjasama dengan pemasok durian dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen serta bentuk persediaan bahan baku.
5. Akses transportasi mudah: Usaha *Umah Duren* terletak di dekat pusat kota dimana konsumen sangat mudah mendapatkan akses transportasi untuk menjangkau tempat ini baik menggunakan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi.

6. Mengikuti *event-event* kuliner yang ada: Pada saat ini sedang marak diadakannya festival atau *event-event* dalam rangka merayakan hari-hari besar atau hari-hari penting yang melibatkan berbagai pihak salah satu pelaku usah kuliner. *Event-event* ini dapat menjadi kesempatan Usaha *Umah Duren* untuk mengikutsertakan usahanya agar dapat dikenal banyak orang dan mendapatkan relasi.
7. Adanya kemungkinan memiliki pesaing: Dalam memulai suatu usaha kemungkinan memiliki pesaing atau produk ditiru dan dimodifikasi dapat terjadi karena pastinya banyak pihak yang sudah melihat peluang usaha yang sudah ada dan mencoba untuk memulai usaha yang serupa.
8. Pengaruh iklim dan cuaca: Cuaca adalah suatu faktor eksternal yang tidak dapat di prediksi yang nantinya dapat mempengaruhi penjualan suatu produk.
9. Kemudahan beralih ke produk pesaing: Minat dan ketertarikan konsumen terhadap produk baru terlebih produk yang ramai di sosial media dapat membuat konsumen tertarik untuk beralih ke produk pesaing.
10. Promosi dari usaha lain lebih menarik: Promosi selalu berkaitan erat dengan usaha. Setiap usaha yang didirikan pastinya selalu memiliki strategi promosi masing-masing. Mempromosikan suatu usaha atau produk pastinya pelaku usaha harus memikirkan konsep bagaimana cara mempromosikan suatu usaha atau produk dengan konsep yang berbeda dan pastinya lebih menarik daripada usaha lainnya.
11. Pencabutan izin usaha: Tempat usaha *Umah Duren* saat ini belum berstatus kepemilikan sendiri, dengan kata lain kemungkinan sewaktu-waktu bisa mengalami pencabutan izin usaha dari pemilik tempat sebenarnya selama tempat saat ini belum menjadi milik sendiri.

### Matriks IFAS dan EFAS *Umah Duren*

Nilai-nilai yang terdapat pada Tabel IFAS dan EFAS merupakan hasil data yang diperoleh di analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*) dengan faktor-faktor yang sudah ditentukan sebelumnya. Pemberian bobot

pada masingmasing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis Usaha *Umah Duren*. (Semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1,00) bobot dan nilai ditentukan berdasarkan analisis data yang diperoleh dari responden, kemudian menganalisis faktor internal dan eksternal yang disusun dalam matriks IFAS dan EFAS.

### Matriks IFAS Usaha *Umah Duren*

Tabel 3. Matriks IFAS *Umah Duren*

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
Kekuatan				
1	Satu-satunya penjual produk olahan buah durian	0,11	4,6	0,49
2	Kualitas produk yang baik	0,11	4,6	0,49
3	Memiliki garansi produk	0,12	5,0	0,58
4	Harga produk terjangkau	0,11	4,6	0,49
5	Lokasi strategis	0,10	4,4	0,45
6	Kegiatan promosi menggunakan sosial media	0,12	5,0	0,58
<b>Jumlah</b>				<b>3,06</b>
No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor (BxR)
Kelemahan				
1	Luas tempat yang kurang memadai	0,15	4,6	0,49
2	Kurangnya lahan untuk mencari tempat parkir	0,12	4,6	0,49
3	Tempat usaha belum milik sendiri	0,9	3,0	0,21
4	Pelayanan karyawan belum maksimal	0,07	3,0	0,21
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>1,39</b>

Sumber : Hasil Analisis dan Observasi, 2022

Hasil *skoring* dan *rating* pada Tabel 3 untuk potensi pemasaran usaha *Umah Duren* menghasilkan nilai *skoring* pada faktor kekuatan dan kelemahan adalah 4,45 dimana IFAS (S+W) (3,06+1.39). Total skor tersebut menunjukkan bahwa potensi usaha *Umah Duren* berada pada jumlah potensi yang sangat baik dan dapat dikembangkan. Nilai-nilai yang terdapat pada Tabel 3 adalah:

1. Total IFAS didapat dari jumlah jawaban 5 responden dari faktor kekuatan dan kelemahan perhitungannya adalah:  
 $23 + 23 + 25 + 23 + 22 + 25 + 23 + 23 + 15 + 15 = 217$ .
2. Perhitungan bobot untuk faktor kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jawaban 5 responden dibagi dengan total IFAS perhitungannya adalah:  $\text{Bobot} = 23/217 =$

- 0,11 untuk total bobot IFAS harus sama dengan 1,00. Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai bobot untuk faktor kekuatan dan kelemahan.
- Perhitungan rating untuk kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jumlah jawaban 5 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya:  $\text{Rating} = 23/5 = 4,6$ . Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai rating untuk faktor kekuatan dan kelemahan.
  - Perhitungan B x R kekuatan pada nomor 1 didapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah:  $\text{bobot} \times \text{rating} = 0,11 \times 4,6 = 0,49$ . Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai perhitungan bobot x rating untuk faktor kekuatan dan kelemahan.

**Matriks EFAS Usaha *Umah Duren***

**Tabel 4. Matriks EFAS *Umah Duren***

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor (BxR)
<b>Peluang</b>				
1	Menarik perhatian dan minat konsumen	0,12	4,8	0,58
2	Perkembangan teknologi informasi komunikasi dan ITS	0,12	4,8	0,58
3	Meningkatnya permintaan buah durian	0,12	4,6	0,53
4	Adanya kerjasama dengan pemasok buah durian	0,12	4,6	0,53
5	Akses transportasi mudah	0,12	4,6	0,53
6	Mengikuti <i>event</i> kuliner yang ada	0,13	5,0	0,63
<b>Jumlah</b>				<b>3,38</b>
No.	Ancaman	Bobot	Rating	Skor (BxR)
<b>Kelemahan</b>				
1	Adanya kemungkinan memiliki pesaing	0,08	3,2	0,26
2	Pengaruh iklim dan cuaca	0,07	2,8	0,20
3	Kemudahan beralih ke produk pesaing	0,05	1,8	0,08
4	Promosi dari usaha lain lebih baik	0,05	2,0	0,10
5	Pencabutan izin usaha	0,04	1,6	0,06
<b>Total</b>		<b>1,00</b>		<b>0,98</b>

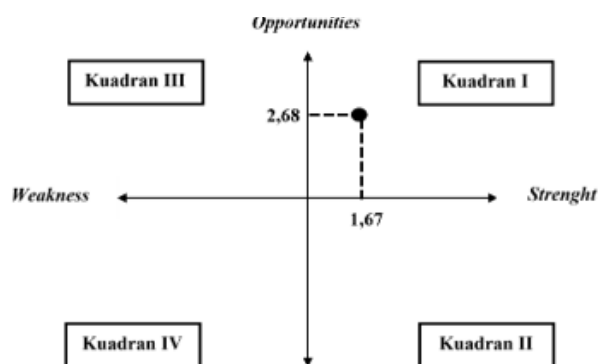
Sumber : Hasil Analisis dan Observasi, 2022

Berdasarkan Tabel 4, pada potensi usaha *Umah Duren*, menunjukkan hasil total untuk faktor peluang dan ancaman dengan nilai 4,08 sesuai dengan hasil skoring pada matriks EFAS terhadap potensi usaha *Umah Duren*, yang menunjukkan faktor peluang dengan nilai skor 3,38 dan faktor ancaman 0,70 maka potensi objek Usaha *Umah Duren* layak untuk terus

dikembangkan. Nilai-nilai yang terdapat pada Tabel 4 adalah:

- Total EFAS didapat dari jumlah jawaban 5 responden dari faktor peluang dan ancaman perhitungannya adalah:  
 $24 + 24 + 23 + 23 + 23 + 25 + 16 + 14 + 9 + 10 + 8 = 199$ .
- Perhitungan bobot untuk faktor peluang pada nomor 1 didapat dari total jawaban 5 responden dibagi dengan total EFAS perhitungannya adalah:  $\text{Bobot} = 24/199 = 0,12$  untuk total bobot EFAS harus sama dengan 1,00. Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai bobot untuk faktor kekuatan dan kelemahan.
- Perhitungan rating untuk peluang pada nomor 1 didapat dari total jumlah jawaban 5 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya:  $\text{Rating} = 24/5 = 4,8$ . Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai rating untuk faktor peluang dan ancaman.
- Perhitungan B x R peluang pada nomor 1 didapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah:  $\text{bobot} \times \text{rating} = 0,12 \times 4,8 = 0,58$ . Selanjutnya melakukan cara yang sama untuk mendapat nilai perhitungan bobot x rating untuk faktor peluang dan ancaman.

**Pemetaan Posisi Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren* Di Kota Manado**



Gambar 2. Posisi Pemetaan Strategi Pengembangan *Umah Duren*

Matriks didasarkan pada dua dimensi posisi koordinat yakni posisi hasil analisis IFAS dan EFAS, sehingga mampu menunjukkan



posisi koordinat, apakah posisi hasil analisis IFAS dan EFAS berada pada kuadran I, Kuadran II, Kuadran III, kuadran IV. Perhitungan hasil analisis IFAS dan EFAS, dimana IFAS: (S-W) (3,06 - 1,39) dan EFAS (O-T) (3,38 - 0,70) yang berada pada kuadran I. berdasarkan gambar diatas menunjukkan potensi bahwa posisi usaha *Umah Duren* berada pada titik koordinat (1,67 : 2,68) yang terletak pada kuadran I, dimana situasi tersebut dapat dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang agar dapat meningkatkan pertumbuhan usaha *Umah Duren*. Kondisi tersebut berarti pemasaran usaha *Umah Duren* berada di posisi

yang menguntungkan dan memiliki kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meminimalisir kelemahan yang ada agar mampu menghadapi berbagai macam ancaman.

Identifikasi strategi menggunakan matriks SWOT, memperlihatkan strategi yang dapat dilakukan untuk pemasaran usaha *Umah Duren*. Strategi tersebut dimasukkan dalam matriks analisis SWOT untuk menginteraksikan faktor strategis internal dan eksternal. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman (eksternal) yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki.

**Tabel 5. Matriks SWOT Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren* di Kota Manado**

IFAS	<u>Strength (S)</u>	<u>Weakness (W)</u>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Satu-satunya penjual produk olahan buah durian</li> <li>Kualitas produk yang baik</li> <li>Memiliki garansi produk</li> <li>Harga produk terjangkau</li> <li>Lokasi strategis</li> <li>Kegiatan promosi menggunakan sosial media</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Luas tempat yang kurang memadai</li> <li>Kurangnya lahan untuk menjadi tempat parkir</li> <li>Tempat usaha belum milik sendiri</li> <li>pelayanan karyawan belum maksimal</li> </ol>
EFAS	<u>Opportunities (O)</u>	<u>Strategi WO</u>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Menarik perhatian dan minat konsumen</li> <li>Perkembangan teknologi informasi komunikasi dan ITS</li> <li>Meningkatnya permintaan buah durian</li> <li>Adanya kerjasama dengan pemasok buah durian</li> <li>Akses transportasi mudah</li> <li>Mengikuti event kuliner yang ada</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Membeli atau menyewa lahan untuk dijadikan tempat parkir dan memperluas tempat usaha agar memudahkan pemasok durian dan konsumen (W1, W2 + O1, O4)</li> <li>Memanfaatkan kemajuan teknologi ITS (<i>Intelligent Transport System</i>) sehingga konsumen mampu menjangkau usaha <i>Umah Duren</i> darimana saja. (W1, W2 + O2)</li> </ol>
	<u>Strategi SO</u>	<u>Strategi WT</u>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memanfaatkan kualitas produk dan garansi produk untuk mempertahankan minat konsumen (S2, S3 + O1)</li> <li>Membuka gerai baru sehingga semakin memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha (S5+O5)</li> <li>Mempromosikan produk dengan memanfaatkan kemajuan media sosial (<i>Instagram, facebook, tiktok, dll</i>). (S6 + O2)</li> <li>Sebagai satu-satunya usaha penjual produk olahan buah durian dapat memiliki kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak lain untuk mengikutsertakan usaha ini dalam event tertentu. (S1 + O6)</li> <li>Mempertahankan harga produk yang terjangkau untuk meningkatkan permintaan buah durian (S4 + O3)</li> <li>Memiliki tempat yang strategis agar memudahkan pemasok durian untuk menjangkau tempat usaha (S5 + O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Memaksimalkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan (W4 + T3)</li> <li>Mempersiapkan tempat usaha yang sudah milik sendiri sehingga menghindari pencabutan izin usaha (W3 + T5)</li> </ol>
	<u>Threats (T)</u>	<u>Strategi ST</u>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Adanya kemungkinan memiliki pesaing</li> <li>Pengaruh iklim dan cuaca</li> <li>Kemudahan beralih ke produk pesaing</li> <li>Promosi dari usaha lain lebih baik</li> <li>Pencabutan izin usaha</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Melakukan riset pasar untuk melihat perkembangan produk serta tingkat persaingan (S1 + T1, T3)</li> <li>Membuat konsep promosi yang unik dan <i>up to date</i> (S6 + T4)</li> </ol>

Sumber: Analisis dan Observasi, 2022

### Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren*

Analisis yang dilakukan terhadap usaha produk olahan buah durian *Umah Duren* melalui Analisis SWOT, yang di lakukan skoring melalui matriks IFAS dan EFAS, maka

adapun strategi-strategi yang perlu dilakukan oleh usaha *Umah Duren* untuk melakukan pemasaran terhadap produk olahan buah durian yang dijual oleh *Umah Duren* antara lain yaitu, (1) Memanfaatkan kualitas produk dan garansi produk untuk mempertahankan minat

konsumen; (2) Membuka gerai baru sehingga semakin memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha; (3) Mempromosikan produk dengan memanfaatkan kemajuan media sosial (*Instagram, Facebook, Tiktok, dll*); (4) Sebagai satu-satunya usaha penjual produk olahan buah durian dapat memiliki kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak lain untuk mengikutsertakan usaha ini dalam event tertentu; (5) Mempertahankan harga produk yang terjangkau untuk meningkatkan permintaan buah durian; (6) Memiliki tempat yang strategis agar memudahkan pemasok durian untuk menjangkau tempat usaha.

kekuatan yang dimiliki serta peluang yang ada, meliputi: (1) Memanfaatkan kualitas produk dan garansi produk untuk mempertahankan minat konsumen; (2) Membuka gerai baru sehingga semakin memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha; (3) Mempromosikan produk dengan memanfaatkan kemajuan media sosial (*Instagram, facebook, tiktok, dll*); (4) Sebagai satu-satunya usaha penjual produk olahan buah durian dapat memiliki kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak lain untuk mengikutsertakan usaha ini dalam event tertentu; (5) Mempertahankan harga produk yang terjangkau untuk meningkatkan permintaan buah durian; (6) Memiliki tempat yang strategis agar memudahkan pemasok durian untuk menjangkau tempat usaha.

**Tabel 6. Startegi Pemasaran Usaha *Umah Duren***

No.	Usaha <i>Umah Duren</i>	Strategi Pemasaran yang Tepat untuk Usaha <i>Umah Duren</i>
1	Pemasaran	Memanfaatkan kualitas produk dan garansi produk untuk mempertahankan minat konsumen
2	Tempat Usaha	Membuka gerai baru sehingga semakin memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha
3	Kemajuan Teknologi	Mempromosikan produk dengan memanfaatkan kemajuan TIK seperti sosial media ( <i>Instagram, facebook, tiktok, dll</i> )
4	Promosi	Sebagai satu-satunya usaha penjual produk olahan buah durian dapat memiliki kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak lain untuk mengikutsertakan usaha ini dalam event tertentu.
5	Harga Produk	Mempertahankan harga produk yang terjangkau untuk meningkatkan permintaan buah durian
6	Lokasi Strategis	Memiliki tempat yang strategis agar memudahkan pemasok durian untuk menjangkau tempat usaha.

Sumber: Hasil Analisis dan Observasi, 2022

**Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan untuk usaha terkait adalah upaya mendukung Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren* di Kota Manado untuk mempertahankan kekuatan (*strength*) dan memperbaiki kelemahan (*weakness*). Adanya peluang diharapkan dapat benar-benar dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pemasaran *Umah Duren* dan diharapkan usaha *Umah Duren* dapat meningkatkan strategi pemasaran dan meningkatkan pelayanan agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian *Umah Duren* di Kota Manado dapat disimpulkan bahwa analisis pada matriks SWOT diperoleh pada titik koordinat 1,67 : 2,68 yang artinya posisi tersebut berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi pertumbuhan (*growth*). Strategi pemasaran produk olahan buah durian *Umah Duren* di Kota Manado, yang harus ditetapkan pada saat ini adalah strategi yang mendukung pertumbuhan (*growth*), dengan memanfaatkan

**DAFTAR PUSTAKA**

Rangkuti, F. 2006. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Rangkuti, F. 2013. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Sobir, & R.M. Napitupulu. 2010. *Bertanam Durian Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta.