

Analysis of Durian Business at UD. Rama Durian, Bebetin Village, Sawan District, Buleleng Regency

Gede Arnawa,
e-mail : arnawakotaku@gmail.com
Manajemen, Universitas Panji Sakti Singaraja
Gede Suardana,
gede.suardana@unipas.ac.id,
Manajemen, Universitas Panji Sakti Singaraja
Dewa Nyoman Arta Jiwa
idnarta0874@gmail.com
Manajemen, Universitas Panji Sakti Singaraja

ABSTRACT

Durian, known as the “king of fruits,” plays a vital role in both local and international markets, offering promising economic opportunities. This study analyzes the business activities of UD. Rama Durian in Bebetin Village, Sawan District, Buleleng Regency, Bali, which has operated for more than seven years as a local durian supplier. The objectives are to examine the production and marketing processes, identify key success factors, and formulate development strategies to enhance income and profitability. Using a descriptive quantitative approach, data were collected through observation, interviews, documentation, and questionnaires, and analyzed with descriptive methods and SWOT analysis. The findings show that internal factors such as product quality, inventory management, marketing networks, and financial management significantly influence business performance, while external factors include seasonal climate, supply consistency, competition, consumer demand trends, and government policies. The results suggest that improving production quality, strengthening marketing strategies, building partnerships with local farmers, and diversifying durian products are essential for sustainable growth. This research contributes to agribusiness management knowledge and provides practical recommendations for farmers, entrepreneurs, and policymakers to support the development of the durian sector and local economic growth in Buleleng.

Keywords: durian business, production, marketing, development strategy.

I. PENDAHULUAN

Buah durian, dikenal sebagai "**raja buah**," adalah buah tropis yang sangat populer di Indonesia. Buah ini memiliki rasa unik dan aroma khas yang membuatnya menjadi favorit bagi banyak orang. Selain sebagai konsumsi lokal, durian juga memiliki pasar ekspor yang menjanjikan, terutama ke negara-negara Asia seperti China, Singapura, dan Malaysia. Permintaan yang tinggi terhadap durian, baik di pasar domestik maupun internasional, memberikan peluang besar bagi pengusaha durian.

Kabupaten Buleleng, khususnya Desa Bebetin di Kecamatan Sawan, memiliki potensi alam yang mendukung untuk budidaya durian. Wilayah ini memiliki tanah yang subur, curah hujan yang cukup, serta iklim tropis yang sesuai untuk pertumbuhan durian. Keberadaan UD. Rama Durian di desa ini memanfaatkan potensi tersebut dengan mengembangkan kebun durian dan mengelola usaha penjualan buah durian.

UD. Rama Durian telah beroperasi selama 7 (tujuh) tahun dan menjadi salah satu pemasok durian di daerah Buleleng. Namun, persaingan yang semakin ketat, perubahan iklim, serta tantangan dalam manajemen usaha menuntut perlunya strategi pengembangan yang tepat untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing usaha. Dalam konteks inilah penelitian ini menjadi relevan, yakni untuk mengeksplorasi kondisi usaha saat ini, mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi usaha, serta merumuskan strategi yang dapat digunakan oleh UD. Rama Durian untuk berkembang lebih baik.

Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1). Bagaimana proses produksi dan pemasaran durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng?
- 2). Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng?
- 3). Bagaimana strategi pengembangan usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan sebagai berikut :

1. Menganalisis proses produksi dan pemasaran durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng.
4. Merumuskan strategi pengembangan usaha durian pada UD. Rama Durian di

Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UD. Rama Durian yang beralamat di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun metode berupa wawancara, observasi, kuesioner, dokumentasi, atau kombinasi dari beberapa metode tersebut.

Metode Penelitian

Metode Analisis Data.

Analisis Deskriptif.

Analisis deskriptif yaitu analisis deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin. Analisis deskriptif ini meliputi Gambaran Umum Usaha yaitu analisis deskriptif tentang gambaran umum usaha durian pada UD. Rama Durian, termasuk latar belakang usaha, proses produksi, dan pemasaran.

Analisis Kuantitatif

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*).

Konsep Analisis Pemasaran

Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) adalah metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan,

peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Analisis segmentasi pasar adalah proses membagi pasar menjadi kelompok-kelompok yang lebih kecil berdasarkan karakteristik demografis, psikografis, atau perilaku.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Proses produksi dan pemasaran durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng.

Usaha Durian pada UD. Rama Durian, Desa Bebetin, Kecamatan Sawan mulai berdiri sejak tahun 2018 yang dirintis oleh pemiliknya langsung yaitu Gede Wija. Pada awal berdirinya usaha ini, kegiatan usaha durian ini pada awalnya mempunyai modal yang sedikit dan cukup terbatas, sehingga hanya cukup untuk membeli buah durian dari petani dalam jumlah yang kurang begitu banyak.

UD. Rama Durian merupakan salah satu unit usaha lokal yang bergerak di bidang agribisnis, khususnya dalam sektor perdagangan buah durian. Desa Bebetin sebagai salah satu desa di Kecamatan Sawan dikenal memiliki potensi pertanian yang cukup besar, termasuk budidaya durian yang tumbuh baik di wilayah perbukitan dan tanah subur di sekitarnya. Melihat tingginya permintaan durian, baik dari pasar lokal maupun pasar luar, usaha ini menjadi peluang ekonomi yang menjanjikan.

Adapun yang menjadi kegiatan utama UD. Rama Durian ini meliputi :

- 1). Pengumpulan dan pembelian buah durian dari petani lokal yaitu kegiatan membeli buah durian langsung dari petani di daerah desa Bebetin dan sekitarnya, kemudian menyalurkannya ke pasar, pengecer, atau konsumen akhir. Proses ini melibatkan tahapan mulai dari panen, pengumpulan, penentuan harga, pembayaran, hingga distribusi.
- 2). Penyortiran dan pengepakan buah durian sesuai kualitas yaitu proses memisahkan dan mengelompokkan buah durian yang dilakukan UD. Rama Durian berdasarkan standar mutu tertentu seperti varietas, tingkat kematangan, ukuran, berat, dan kondisi fisik.

Tujuan penyortiran adalah untuk:

- a. Memastikan durian yang dijual memiliki kualitas seragam.
- b. Memisahkan durian premium dari durian kualitas menengah atau rendah.
- c. Mempermudah penentuan harga dan distribusi.

Sedangkan pengepakan buah durian yaitu proses membungkus atau mengemas buah durian yang telah disortir menggunakan bahan kemasan tertentu seperti keranjang bambu, kardus, atau jaring plastik, sesuai grade atau kualitasnya, agar terlindungi dari kerusakan selama penyimpanan dan distribusi.

Tujuan pengepakan adalah untuk:

- a. Melindungi durian dari benturan dan kerusakan.
- b. Menjaga kesegaran dan kualitas buah.
- c. Memudahkan pengangkutan dan penataan.

- d. Memberikan informasi mutu dan identitas produk (label).
- 3). Pemasaran dan penjualan buah durian di pasar lokal, luar daerah, serta kepada pengepul yaitu serangkaian kegiatan untuk memperkenalkan, menawarkan, dan mendistribusikan buah durian kepada konsumen atau pembeli melalui strategi promosi melalui media sosial, dengan tujuan meningkatkan penjualan dan keuntungan. Pada UD. Rama Durian, pemasaran mencakup sebagai berikut :
- a. Menentukan target pasar (lokal, luar daerah, pengepul).
 - b. Menetapkan harga yang kompetitif.
 - c. Menjaga kualitas dan kuantitas pasokan.
 - d. Membangun jaringan distribusi yang efektif.

Pada musim-musim tertentu, dimana produksi buah durian dalam situasi panen raya atau puncaknya, UD. Rama Durian melakukan dan menyediakan durian dalam bentuk yang sudah dikupas dan dibungkus dengan plastik mika yang dikenal dengan nama durian Durpas (Durian Kupas)

Sumber bahan baku buah durian yang diperoleh oleh UD. Rama Durian berasal dari petani durian di sekitar Desa Bebetin dan desa tetangga. Dengan menggunakan atau mempekerjakan tenaga kerja lokal. Sedangkan kendaraan yang dipergunakan sebagai alat dalam transportasi berupa mobil pickup dan sepeda motor,. Peralatan lain yang dipergunakan juga oleh UD. Rama Durian berupa timbangan digital, keranjang pengangkut dan alat kemasan.

Dilihat dari pangsa pasar, usaha durian dari UD. Rama Durian tidak hanya dipasarkan di wilayah Kecamatan Sawan dan sekitarnya, tetapi juga menasar pasar di luar daerah seperti Denpasar, Singaraja, dan bahkan Bali selatan, mengingat durian lokal memiliki citarasa khas dan banyak diminati. Ada beberapa tantangan yang dihadapi oleh UD. Rama Durian dalam kegiatan usahanya, diantaranya adanya ketergantungan terhadap musim panen durian (musiman). Dan menghadapi kegiatan persaingan harga dengan durian impor atau daerah lain seperti Kabupaten Jombang, Kabupaten Pasuruan, dan Banyuwangi. Dengan ciri khas buah durian Bawor yang berdaging tebal, manis legit, dan tahan simpan lebih lama.

Prospek dan Peluang dari kegiatan usaha durian dapat dilihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap buah durian, serta adanya peluang pengembangan ke produk olahan (seperti dodol durian, es krim durian, atau durian kupas beku), UD. Rama Durian memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi usaha agribisnis skala menengah.

Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng

Gede Wija merupakan salah satu petani sekaligus pemilik usaha durian yang bernama UD. Rama Durian. Kurun waktu selama 8 tahun telah menggeluti pekerjaan sebagai petani dan pengusaha durian khususnya durian lokal dan durian

montong. Biasanya kalau sedang musim durian dari awal sampai akhir, panen duriannya sangat tinggi. Perminggunya kira-kira satu ton jadi sebulannya bisa mencapai 4 ton. Dalam satu tahun pohon durian bisa panen selama 2 periode. sementara itu kemampuan berbuahnya bisa seterusnya selama tidak terjangkit penyakit *antisida* dan *fungisida*.

Keberhasilan usaha durian di UD. Rama Durian, Desa Bebetin, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng, Bali, dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal.

Faktor Internal

Faktor yang berasal dari dalam UD. Rama Durian dan bisa dikendalikan oleh pemilik UD. Rama Durian diantaranya :

a. Kualitas Produk

Buah durian yang umum dihasilkan dan dijual oleh UD. Rama Durian berasal dari buah durian jenis montong. Kualitas buah durian montong terkenal dengan daging buahnya yang tebal, lembut, dan manis, serta memiliki aroma yang tidak terlalu menyengat dibandingkan durian lokal lainnya. Selain itu, buahnya cenderung lebih besar dengan biji yang kecil dan tipis. Durian Montong juga lebih tahan lama karena bisa dipanen saat masih mengkal.

Berikut beberapa ciri kualitas durian montong yang dimiliki oleh UD. Rama Durian Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng seperti daging buahnya tebal, berwarna kuning, dan teksturnya lembut. Dengan rasanya yang lebih dominan manis dengan sedikit rasa pahit yang tidak terlalu kuat, dengan aroma lebih lembut dan tidak terlalu menyengat dibandingkan durian lain. Serta ukuran buahnya yang lebih besar, bisa mencapai 3-5 kg per buah, bahkan lebih.

b. Manajemen Persediaan

UD. Rama Durian merupakan usaha distributor buah durian montong di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. Sistem pengiriman durian menggunakan pendekatan *push*, dimana pengiriman dilakukan saat stok cukup untuk mengisi satu mobil pickup, ditambah ketidakpastian dalam jadwal dan jumlah pengiriman dari Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. Diperlukan identifikasi dalam mengatasi masalah manajemen persediaan yang akan membantu dalam mengembangkan strategi untuk mengelola persediaan durian montong.

Manajemen persediaan buah durian UD. Rama Durian Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng dilakukan mulai dari proses perencanaan, pengadaan, penyimpanan, dan pengendalian persediaan buah durian untuk memastikan ketersediaan yang cukup, meminimalkan biaya, dan mencegah kerugian akibat kerusakan atau kelebihan stok.

c. Pemasaran dan Jaringan Distribusi

Pemasaran serta jaringan distribusi buah durian UD. Rama Durian

melibatkan berbagai saluran dan pihak, mulai dari petani hingga konsumen akhir, dengan tujuan utama untuk menyalurkan buah durian dari produsen ke pasar dengan efisien dan menguntungkan.

Pola saluran pemasaran buah durian yang dilakukan oleh UD. Rama Durian meliputi :

1. UD. Rama Durian ke Konsumen Langsung:
2. UD. Rama Durian ke Pedagang Pengumpul:
3. UD. Rama Durian ke Pedagang Pengecer/Pasar:
4. UD. Rama Durian ke Supermarket:

Faktor Eksternal yaitu faktor lingkungan dan Dukungan Pemerintah

Kondisi Agroklimat dan Geografis, pohon durian tumbuh secara optimal pada ketinggian 400–600 mdpl dengan jenis tanah lempung berpasir. Desa Bebetin memenuhi kriteria ini, menjadikannya lokasi ideal untuk budidaya durian. Dukungan pemerintah dan penyuluhan, melalui Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng aktif memberikan pembinaan dan penyuluhan terkait budidaya durian, termasuk melalui program sekolah lapang di desa-desa seperti Desa Sawan, Desa Menyali, Desa Galungan dan Desa Lemukih, yang berdekatan dengan Desa Bebetin.

Keberhasilan UD. Rama Durian merupakan hasil sinergi antara praktik budidaya yang baik, strategi pemasaran yang efektif, kondisi lingkungan yang mendukung, serta dukungan dari pemerintah dan pengelolaan sumber daya internal yang optimal.

Strategi pengembangan usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng untuk meningkatkan pendapatan dan keuntungan.

UD. Rama Durian merupakan usaha lokal yang bergerak dalam bidang agribisnis buah durian, terutama pengolahan dan pemasaran hasil panen durian dari kebun sendiri maupun dari petani sekitar di Desa Bebetin. Potensi durian di wilayah Kecamatan Sawan cukup besar, mengingat kondisi tanah subur, iklim tropis yang mendukung, serta tradisi masyarakat dalam mengembangkan perkebunan durian.

Namun, agar usaha ini mampu meningkatkan pendapatan dan keuntungan secara berkelanjutan, perlu strategi pengembangan yang mencakup aspek produksi, manajemen, pemasaran, dan diversifikasi produk.

Strategi Pengembangan Usaha Durian

1). Strategi Produksi

Agar usaha UD. Rama Durian dapat menghasilkan buah dengan kualitas premium dan kontinuitas pasokan terjamin, strategi yang perlu dilakukan adalah:

a. **Pemilihan Bibit Unggul.**

Dimana dalam pemilihan bibit unggul, hal yang perlu dilakukan adalah dengan menggunakan varietas bibit durian lokal unggul Buleleng yang sudah terbukti kualitasnya. Serta melakukan kegiatan peremajaan pohon durian tua yang tidak produktif dalam menghasilkan buah durian.

b. **Penerapan Teknologi Budidaya Modern.**

Dilakukan dengan melaksanakan pemupukan berimbang (organik & anorganik), pengendalian hama terpadu (biologis, mekanis, dan kimiawi ramah lingkungan) serta membuat sistem irigasi tetes untuk efisiensi air.

c. **Manajemen Pascapanen**

Dengan melakukan sortasi terhadap buah durian berdasarkan ukuran, kematangan, dan kualitas rasa. Kegiatan pengemasan modern seperti menggunakan box kardus, eksklusif, plastik vakum serta penyimpanan dengan cold storage agar dapat memperpanjang umur simpan buah durian tersebut.

Strategi Manajemen Usaha

Strategi manajemen usaha UD. Rama Durian Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Perencanaan keuangan yang matang

Dalam hal perencanaan keuangan, yang perlu diperhatikan adalah dengan membuat laporan keuangan sederhana (arus kas, laba rugi, biaya produksi). Menghitung *break even point* (BEP) untuk mengetahui titik balik modal serta mengatur siklus modal kerja agar tidak tergantung pada musim panen.

2. Pengembangan sumber daya manusia (SDM)

Dalam hal pengembangan sumber daya manusia, yang perlu dilakukan dengan melatih karyawan/petani tentang teknik budidaya modern serta memberikan insentif berbasis produktivitas.

3. Kemitraan usaha

Kemitraan usaha dilakukan dengan menjalin kerja sama dengan petani sekitar untuk menjamin ketersediaan pasokan buah durian, melakukan kolaborasi dengan koperasi atau BUMDes di Desa Bebetin Kecamatan Sawan untuk saluran distribusi. Serta menggandeng pemerintah daerah Kabupaten Buleleng dalam hal program pengembangan produk unggulan di tingkat desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng.

Strategi Pemasaran

1. Pemasaran langsung

- Membuka outlet khusus di lokasi usaha (agrowisata durian).
- Menjual langsung ke konsumen melalui bazar atau pasar khusus buah.

2. Pemasaran digital

- Membuat brand “Rama Durian Bebetin” dengan logo dan identitas usaha.
 - Memasarkan melalui media sosial (Instagram, TikTok, Facebook) dengan konten menarik.
 - Menjual melalui marketplace (Shopee, Tokopedia) dengan layanan pengiriman cepat.
 - Membuat website sederhana untuk informasi produk dan pemesanan.
3. Strategi promosi
- Memberikan paket promo (beli 5 gratis 1).
 - Menawarkan layanan “durian delivery” ke kota sekitar seperti Singaraja, Denpasar, hingga Surabaya.
 - Mengadakan festival durian Bebetin untuk menarik wisatawan.

Diversifikasi Produk

Untuk meningkatkan keuntungan, UD. Rama Durian tidak hanya menjual buah segar, tetapi juga mengolah menjadi produk turunan:

- Produk olahan: pancake durian, es krim durian, dodol durian, keripik durian, tempoyak.
- Produk premium: frozen durian kupas dengan kemasan modern.
- Produk wisata: paket wisata petik durian langsung di kebun (agrowisata).

Strategi Jangka Panjang

1. Branding dan sertifikasi
 - Mengajukan sertifikasi halal dan izin PIRT untuk produk olahan.
 - Membangun citra “Durian Bebetin” sebagai ikon khas Buleleng.
2. Ekspansi pasar
 - Memperluas distribusi hingga ke hotel, restoran, dan supermarket.
 - Menargetkan ekspor ke negara tetangga (Singapura, Malaysia) yang memiliki permintaan tinggi akan durian Indonesia.
3. Inovasi berkelanjutan
 - Riset rasa dan produk baru berbasis durian.
 - Memanfaatkan limbah durian (kulit durian untuk pakan ternak atau bahan bakar alternatif).

Dampak Strategi Pengembangan

Dengan penerapan strategi di atas, UD. Rama Durian akan mendapatkan manfaat berupa:

- Peningkatan pendapatan karena penjualan tidak hanya mengandalkan buah segar tetapi juga produk olahan bernilai tambah.
- Peningkatan keuntungan yaitu melalui efisiensi produksi, manajemen

- keuangan baik, serta harga jual lebih tinggi karena branding dan kualitas.
- Daya saing meningkat yaitu mampu bersaing dengan produsen durian dari daerah lain (misalnya Bangli, Tabanan, atau Jawa).
- Pemberdayaan masyarakat lokal yaitu membuka lapangan kerja dan meningkatkan ekonomi desa.

Pembahasan

Model distribusi pemasaran buah durian di UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng dilakukan dengan melibatkan beberapa tahapan, mulai dari tahap petani durian, pedagang pengumpul, hingga pengecer dan konsumen akhir. Pada tahap petani yang dilakukan oleh petani durian adalah dengan melakukan pemanenan buah durian serta sudah memastikan kualitas dan kesegaran dari buah durian tersebut.

Selanjutnya hasil panen buah durian dari petani dijual kepada pedagang pengumpul buah durian, dimana pedagang pengumpul membeli buah durian dari petani dalam jumlah besar sesuai dengan harga pasar yang berlaku. Demi menjaga agar kualitas buah durian yang dibeli dari petani agar tetap segar, pengumpul buah durian seringkali memiliki fasilitas penyimpanan untuk menjaga kualitas buah durian.

Model distribusi pemasaran durian yang efektif dan efisien pada umumnya melibatkan beberapa tahapan, mulai dari petani, pedagang pengumpul, hingga pengecer dan konsumen akhir. Saluran yang paling efisien seringkali adalah yang menghubungkan petani langsung dengan pedagang pengecer dan kemudian ke konsumen akhir.

Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam distribusi pemasaran durian dimulai dari tahap Produksi (petani) → Pengumpulan (pedagang pengumpul) → Pengecer → Konsumen akhir.

Tahapan pada tingkat produksi (petani) akan memanen durian dan mengolahnya dengan terlebih dahulu memastikan kualitas dan kesegaran durian tetap terjaga. Tahapan pada tingkat pedagang pengumpul akan membeli durian yang dihasilkan dari petani dalam jumlah besar dan seringkali memiliki fasilitas penyimpanan untuk menjaga kualitas durian. Tahapan pada tingkat pedagang pengecer akan membeli durian dari pedagang pengumpul dan menjualnya ke konsumen akhir, baik di pasar tradisional, toko buah, atau tempat lain. Tahapan pada tingkat konsumen akan membeli durian dan menikmati buah tersebut.

Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keberhasilan Usaha Durian Pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng.

Keberhasilan usaha durian pada UD. Rama Durian di Desa Bebetin, Kecamatan Sawan, Kabupaten Buleleng, dipengaruhi oleh berbagai faktor internal maupun eksternal. Faktor-faktor tersebut dapat dibahas sebagai berikut:

1. Faktor Internal

1. Kualitas Produk

Durian yang dihasilkan UD. Rama Durian memiliki cita rasa khas, aroma kuat, dan tekstur daging buah yang tebal. Kualitas yang konsisten membuat konsumen loyal dan meningkatkan daya saing produk.

Pemilihan bibit unggul dan penerapan teknik budidaya yang tepat menjadi kunci keberhasilan menjaga kualitas.

2. Manajemen Usaha

Pengelolaan usaha yang baik, termasuk pencatatan keuangan, perencanaan produksi, serta strategi pemasaran, berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha.

UD. Rama Durian juga mulai menerapkan sistem manajemen sederhana berbasis keluarga yang memungkinkan pengambilan keputusan lebih cepat.

3. Sumber Daya Manusia (SDM)

Tenaga kerja yang berpengalaman dalam budidaya durian memiliki keterampilan untuk merawat pohon, mengendalikan hama, dan menentukan waktu panen yang tepat.

Faktor pengetahuan dan keterampilan ini mendukung peningkatan produktivitas dan kualitas hasil.

4. Modal Usaha

Ketersediaan modal yang cukup memengaruhi kemampuan usaha dalam memperluas lahan, melakukan pemeliharaan intensif, serta mendukung kegiatan pemasaran.

Modal yang terbatas dapat menjadi hambatan dalam mengembangkan inovasi atau diversifikasi produk (misalnya olahan durian).

2. Faktor Eksternal

1. Kondisi Alam dan Lingkungan

Desa Bebetin memiliki tanah yang subur dan iklim tropis yang sesuai untuk pertumbuhan durian. Faktor geografis ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif UD. Rama Durian.

Namun, perubahan iklim (musim hujan tidak menentu, serangan hama) juga dapat mengganggu produktivitas.

2. Permintaan Pasar

Permintaan masyarakat terhadap durian, terutama saat musim panen, sangat tinggi. Hal ini memberikan peluang besar untuk meningkatkan penjualan.

Tren wisata kuliner di Buleleng juga mendukung peningkatan daya tarik durian lokal.

3. Persaingan Usaha

Keberadaan pedagang durian lain di sekitar Buleleng menuntut UD. Rama

Durian menjaga kualitas produk dan harga yang kompetitif. Persaingan juga mendorong pelaku usaha untuk melakukan diferensiasi, seperti penjualan durian montong, durian lokal unggulan, hingga produk olahan.

4. Dukungan Pemerintah dan Akses Teknologi

Program pemerintah terkait pertanian hortikultura serta pelatihan budidaya buah menjadi faktor pendorong peningkatan kapasitas petani.

Akses terhadap teknologi informasi dan media sosial membantu promosi dan memperluas jaringan pemasaran, meskipun pemanfaatannya masih terbatas.

Strategi Pengembangan Usaha Durian Pada UD. Rama Durian Di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng Untuk Meningkatkan Pendapatan dan Keuntungan

UD. Rama Durian adalah usaha yang menjual buah durian, baik buah durian yang utuh maupun buah durian yang sudah dikupas dan dikemas mika dengan baik serta produk olahan dari buah durian seperti pancake durian, boba durian, es krim durian, brownies durian, es lilin durian, dan lain sebagainya. UD. Rama Durian 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 UD. Rama Durian

Berdasarkan hasil wawancara diperoleh sepuluh faktor internal usaha UD. Rama Durian dan sebelas faktor eksternal usaha UD. Rama Durian.

Tabel.1.
Identifikasi Faktor Internal UD. Rama Durian
Tahun 2025

No.	Faktor Internal
1	Satu-satunya penjual produk buah durian ke luar daerah Buleleng
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 memiliki sendiri

1). 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 faktor kekuatan dan faktor kelemahan yang dimiliki UD. Rama Durian.

1. Satu-satunya usaha penjual produk buah durian yaitu usaha yang hanya dominan menjual produk olahan buah durian dan buah durian montong dengan terstruktur di Kabupaten Buleleng hingga saat ini baru UD. Rama Durian. Kebanyakan usaha yang berkaitan dengan buah durian di Kabupaten Buleleng hanya fokus menjual buah durian saja tanpa memikirkan konsep dan struktur usaha yang baik.
2. Kualitas produk yang baik dimana 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 yaitu garansi produk pada usaha durian masih sangat langka ditemukan dan tidak semua usaha durian dapat memberikan garansi produk. UD. Rama Durian Desa Bebetin Kecamatan Sawan 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 standar 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 yaitu 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 UD. Rama Durian harga yang ditetapkan oleh pemilik masih terjangkau dan sesuai dengan harga pasaran.
5. Lokasi strategis yaitu lokasi usaha UD. Rama Durian saat ini sangat strategis karena berada tepat ditepi jalan raya dan sangat mudah diakses

semua kalangan baik menggunakan transportasi pribadi maupun transportasi umum.

6. Kegiatan promosi menggunakan media sosial yaitu usaha UD. Rama Durian memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan berbagai macam produk olahan buah durian melalui (*Instagram, Facebook, dan Whatsapp*).
7. Luas tempat yang kurang memadai yaitu tempat usaha UD. Rama Durian 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 yaitu konsumen UD. Rama Durian yang datang membawa kendaraan pribadi terpaksa harus menggunakan bahu jalan sebagai tempat parkir.
9. Tempat usaha belum milik sendiri yaitu tempat usaha UD. Rama Durian saat ini belum berstatus kepemilikan sendiri melainkan fasilitas milik perusahaan yang awalnya diberikan kepada pemilik usaha UD. Rama Durian sebagai rumah dinas yang kemudian dijadikan tempat usaha dengan izin dari pimpinan perusahaan.
10. Pelayanan karyawan belum maksimal yaitu pemilik usaha UD. Rama Durian masih berusaha untuk memberikan arahan dan pelatihan terhadap karyawan untuk memaksimalkan pelayanan terhadap konsumen.

Tabel.2.
Identifikasi Faktor Eksternal UD. Rama Durian
Tahun 2025

No.	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 kerja sama 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

Sumber : Data diolah. 2025

2). 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, dimana jaman sekarang hadirnya suatu usaha baru yang ramai diketahui lewat sosial media dan memiliki produk yang masih asing ditengah masyarakat pastinya sangat menarik perhatian dan minat konsumen untuk mencoba produk yang dijual usaha tersebut.
2. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, dimana 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 yaitu 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 yaitu kerjasama dengan pemasok durian dilakukan untuk memenuhi permintaan konsumen serta bentuk persediaan bahan baku
5. Akses transportasi mudah yaitu UD. Rama Durian dimana konsumen sangat mudah mendapatkan akses transportasi untuk menjangkau tempat ini dengan menggunakan kendaraan.
6. Mengikuti *event-event* kuliner yang ada yaitu 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 usaha kuliner. *Event-event* ini dapat menjadi kesempatan Usaha UD. RAMA Durian untuk mengikutsertakan usahanya agar dapat dikenal banyak orang dan mendapatkan relasi.
7. Adanya kemungkinan memiliki pesaing yaitu 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, dimana cuaca adalah suatu faktor eksternal yang tidak dapat di prediksi yang nantinya dapat memengaruhi 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.

3). Matriks IFASd an EFASUD. Rama Durian

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 masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (tidak penting), berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis Usaha UD. Rama Durian. (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 UD. Rama Durian

Tabel 4.3. Matriks IFASUD. Rama Durian

No	FaktorInternal	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
Jumlah				3,06
No	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor(BxR

.				R)
	Kelemahan			
1	Luastempatyangkurangmemadai	0,15	4,6	0,49
2	Kurangnyalahanuntukmencari tempat parkir	0,12	4,6	0,49
3	Tempatusahabelummiliksendiri	0,9	3,0	0,21
4	Pelayanankaryawanbelummaksimal	0,07	3,0	0,21
	Total	1,00		1,39

Sumber:HasilAnalisisdanObservasi,2025

Hasil *skoring* dan *rating* pada Tabel 4.3 untuk potensi pemasaran usaha UD. Rama Durianmenghasilkan nilai *skoring* pada faktorkekuatan dan kelemahan adalah 4,45 dimana IFAS (S+W) (3,06+1.39). Total skor tersebut menunjukkan bahwa potensi usaha UD. Rama Durianberada pada jumlah potensi yang sangat baik dan dapat dikembangkan. Nilai-nilai yang terdapat pada Tabel 4.3 adalah :

1. Total IFAS didapat dari jumlah jawaban 5 responden dari faktor kekuatan dan kelemahan perhitungannya adalah:

$$23+23+25+23+22+25+23+23+15+ 15 =217.$$

Perhitungan bobot untuk faktor kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jawaban 5 responden dibagi dengan totoal IFAS perhitungannyaadalahBobot=23/217=0,11 untuk total bobot IFAS harus sama dengan1,00.Danberikutnyamelakukancara yang sama untuk mendapatkan nilai bobot untuk faktor kekuatan dan kelemahan.

2. Perhitungan rating untuk kekuatan pada nomor 1 didapat dari total jumlah jawaban 5 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya: Rating = $23/5 = 4,6$. Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai rating untuk faktor kekuatan dan kelemahan.
3. Perhitungan B x R kekuatan pada nomor 1 didapat dari perkalian bobot dan rating. Perhitungannya adalah: bobot x rating=0,11 x4,6=0,49.Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai perhitungan bobot x rating untuk faktor kekuatan dan kelemahan.

MatriksEFASUsahaUD. Rama Durian

Label4.4MatriksEFASUD. Rama Durian

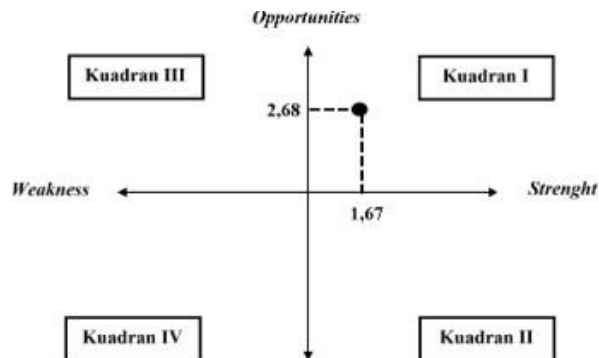
No FaktorInternal	Bobot	Rating	Skor(BxR)
Peluang			
1 Menarikperhatiandanminatkonsumen	0,12	4,8	0,58

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 event kuliner jada	0,13	5,0	0,63
Jumlah				3,38
No.	Ancaman	Bobot	Rating	Skor (B x R)
	Kelemahan			
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
Total		1,00		0,98

Sumber: Hasil Analisis dan Observasi, 2025

Berdasarkan Tabel 4.4 tersebut di atas, pada potensi usaha UD. Rama Durian menunjukkan hasil total untuk faktor peluang dan ancaman dengan nilai 4,08 sesuai dengan hasil skoring pada matriks EFAS terhadap potensi usaha UD. Rama Durian, yang menunjukkan faktor peluang dengan nilai skor 3,38 dan faktor ancaman 0,70 maka potensi objek Usaha UD. Rama Durian layak untuk terus dikembangkan. Nilai-nilai yang terdapat pada Tabel 4.4 adalah:

1. Total EFAS didapat dari jumlah jawaban 5 responden dari faktor peluang dan ancaman perhitungannya adalah:
 $24 + 24 + 23 + 23 + 23 + 25 + 16 + 14 + 9 + 10 + 8 = 199$.
2. Perhitungan bobot untuk faktor peluang pada nomor 1 didapat dari total jawaban 5 responden dibagi dengan total EFAS perhitungannya adalah: 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.
3. Perhitungan rating untuk peluang pada nomor 1 didapat dari total jumlah jawaban 5 responden dibagi dengan jumlah responden. Perhitungannya adalah Rating = $24/5 = 4,8$. Dan berikutnya melakukan cara yang sama untuk mendapatkan nilai rating untuk faktor peluang dan ancaman.
4. 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.



Gambar : 4.1 Posisi Pemetaan Strategi Pengembangan UD. Rama Durian

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 posisi usaha UD. Rama Durian 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 UD. Rama Durian. Kondisi tersebut berarti pemasaran usaha UD. Rama Durian 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 UD. Rama Durian. 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.3. Matriks SWOT Produk Olahan Buah Durian UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng

EFAS	IFAS	<u>Strength(S)</u>	<u>Weakness(W)</u>
		<div><div>1. Satu-satunya penjual produkolahan buah durian</div><div>2. Kualitas produk yang baik</div><div>3. Memiliki garansi produk</div><div>4. Harga produk terjangkau</div><div>5. Lokasi strategis</div><div>6. Kegiatan promosi menggunakan media sosial</div></div>	<div><div>1. Luas tempat yang kurang memadai</div><div>2. Kurangnya lahan untuk menjadi tempat parkir</div><div>3. Tempat usaha belum memiliki sendiri</div><div>4. Pelayanan karyawan belum maksimal</div></div>
		<u>Opportunities(O)</u>	<u>Strategi WO</u>
		<div><div>1. Menarik perhatian dan minat konsumen</div><div>2. Perkembangan teknologi informasi komunikasi dan ITS</div><div>3. Meningkatnya permintaan buah durian</div><div>4. Adanya kerjasama dengan pemasok buah durian</div><div>5. Akses transportasi mudah</div><div>6. Mengikuti event kuliner yang ada</div></div>	<div><div>1. Membeli atau menyewakan lahan untuk dijadikan tempat parkir dan memperluas tempat usaha agar memudahkan pemasok durian dan konsumen (W1, W2 + O1, O4)</div><div>2. Memanfaatkan kemajuan teknologi ITS (<i>Intelligent Transport System</i>) sehingga konsumen mampu menjangkau usaha UD. Rama Duri dari mana saja. (W1, W2 + O2)</div></div>
		<u>Strategi SO</u>	
		<div><div>1. Memanfaatkan kualitas produk dan garansi produk untuk mempertahankan minat konsumen (S2, S3 + O1)</div><div>2. Membuka gerai baru sehingga semakin memudahkan konsumen untuk mengakses tempat usaha (S5+O5)</div><div>3. Mempromosikan produk dengan memanfaatkan kemajuan media sosial (<i>Instagram, facebook, tiktok, dll</i>). (S6+O2)</div><div>4. Sebagai satu-satunya usaha penjual produkolahan buah durian dapat memiliki kesempatan untuk bekerjasama dengan pihak lain untuk mengikuti event tertentu. (S1 + O6)</div><div>5. Mempertahankan harga produk yang terjangkau untuk meningkatkan permintaan buah durian (S4 + O3)</div><div>6. Memiliki tempat yang strategis agar memudahkan pemasok durian untuk menjangkau tempat usaha (S5+O4)</div></div>	
		<u>Threats(T)</u>	<u>Strategi WT</u>
		<div><div>1. Adanya kemungkinan memiliki pesaing</div><div>2. Pengaruh iklim dan cuaca</div><div>3. Kemudahan beralih ke produk pesaing</div><div>4. Promosi dari usaha lain lebih baik</div><div>5. Pencabutan izin usaha</div></div>	<div><div>1. Memaksimalkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan (W4+T3)</div><div>2. Mempersiapkan tempat usaha yang sudah milik sendiri sehingga menghindari pencabutan izin usaha (W3 + T5)</div></div>
		<u>Strategi ST</u>	
		<div><div>1. Melakukan riset pasar untuk melihat perkembangan produk serta tingkat persaingan (S1 + T1, T3)</div><div>2. Membuat konsep promosi yang unik dan <i>upto date</i> (S6 + T4)</div></div>	

Sumber: Analisis dan Observasi, 2025

Strategi Pemasaran Produk Olahan Buah Durian UD. Rama Durian

Analisis yang dilakukan terhadap usaha produk olahan buah durian UD. Rama Durian melalui Analisis SWOT, yang dilakukan skoring melalui matriks IFAS dan EFAS, maka adapun strategi-strategi yang perlu dilakukan oleh usaha UD. Rama Durian untuk melakukan pemasaran terhadap produk olahan buah durian yang dijual oleh UD. Rama Durian 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.

Tabel 4. Strategi Pemasaran Usaha UD. Rama Durian

No .	Usaha <i>Rama Durian</i>	Strategi Pemasaran yang Tepat untuk Usaha <i>UD. Rama Durian</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.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan atas hasil penelitian tersebut di atas, maka bersama ini dapat diberikan simpulan sebagai berikut :

1. Keberhasilan usaha durian pada **UD. Rama Durian di Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng** dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal (kualitas produk, manajemen usaha, SDM, modal, dan pelayanan) serta faktor eksternal (lingkungan alam, permintaan pasar, persaingan, dan dukungan pemerintah).
2. Faktor kualitas produk menjadi kekuatan utama, khususnya durian montong dengan cita rasa khas, tekstur tebal, dan aroma yang disukai konsumen.
3. Pemasaran yang memanfaatkan media sosial serta jaringan distribusi ke luar daerah (Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Jakarta) meningkatkan jangkauan pasar UD. Rama Durian.
4. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan modal, lahan usaha, manajemen persediaan, dan fluktuasi produksi akibat perubahan iklim serta persaingan usaha.
5. Strategi pengembangan yang tepat berupa peningkatan kualitas produksi, efisiensi biaya, diversifikasi produk olahan, serta pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan usaha.

Saran

Berdasarkan uraian kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan untuk usaha terkait adalah upaya mendukung Strategi Pemasaran Produk Buah Durian UD. Rama Durian Desa Bebetin Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng untuk mempertahankankekuatan (*strength*) dan memperbaiki kelemahan (*weakness*).

1. Bagi UD. Rama Durian

- a. Perlu meningkatkan kualitas produksi dengan penggunaan teknologi pertanian modern serta pelatihan tenaga kerja.
- b. Diversifikasi produk olahan durian (seperti pancake, es krim, boba, brownies) agar tidak hanya bergantung pada penjualan buah segar.
- c. Memanfaatkan media sosial dan platform digital lebih optimal untuk promosi dan memperluas jaringan pemasaran.
- d. Mengembangkan sistem manajemen persediaan yang lebih baik agar dapat menjaga stabilitas pasokan saat permintaan meningkat.

2. Bagi Pemerintah Daerah

- a. Memberikan dukungan berupa akses permodalan, subsidi bibit unggul, serta pelatihan bagi petani/pelaku usaha durian.
- b. Membantu membuka akses pasar yang lebih luas, termasuk peluang ekspor.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan melakukan penelitian lebih mendalam mengenai efisiensi rantai pasok durian dan perilaku konsumen, sehingga strategi pengembangan usaha durian dapat lebih tepat sasaran.

DAFTARPUSTAKA

- Assauri, S. (2018). *Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hery. (2019). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Indrasari, M. (2019). *Manajemen pemasaran: Konsep dan aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (16th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Laksana, F. (2019). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Limakrisna, N., & Purba, S. (2017). *Pemasaran strategis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manap, A. (2016). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam bisnis kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik analisis SWOT*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2009). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rukmana, R. (1996). *Durian: Budidaya dan analisis usaha tani*. Yogyakarta: Kanisius.
- Setiadi, N. (1999). *Perilaku konsumen: Perspektif kontemporer*. Jakarta: Prenada Media.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sunyoto, D. (2019). *Manajemen pemasaran: Teori, kuesioner, dan analisis data*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi & aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Untung, S. (2008). *Pengantar ilmu pertanian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.