

STRATEGI PEMASARAN USAHA DURIAN LOKAL DI KOTA MEDAN :
PENDEKATAN ANALISIS SWOT, QSPM DAN METODE CPM
(Studi Kasus: Ucoc Durian, Sibolang Durian Kota Medan)

SKRIPSI

YUDA EKA DANUARTA

71210712035



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2025

**STRATEGI PEMASARAN USAHA DURIAN LOKAL DI KOTA MEDAN :
PENDEKATAN ANALISIS SWOT, QSPM DAN METODE CPM
(Studi Kasus: UcoK Durian, Sibolang Durian Kota Medan)**

Yuda Eka Danuarta

71210712035

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1

Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian

Universitas Islam Sumatera Utara

Medan

Menyetujui Komisi Pembimbing

Ketua Pembimbing

Anggota Pembimbing

Dr. Desi Novita, S. P., M. Si

Ir. H. M. Syarif Rafinda, MM

**PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN**

2025

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Yuda Eka Danuarta, lahir di Tebing linggahara, Kecamatan Bilah Barat, Kabupaten Labuhan batu, Provinsi Sumatera Utara, pada tanggal 25 juni 2003. Penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara, dari pasangan Tugimen dan Ngatini.

Pada tahun 2009 penulis masuk sekolah dasar di SDN 114359 Asam Jawa, Kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi sumatera Utara. Dan lulus pada tahun 2015. Kemudian melanjutkan sekolah tingkat pertama pada tahun 2015 di SMPN 1 Torgamba, kabupaten Labuhanbatu Selatan, Provinsi Sumatera Utara, dan lulus pada tahun 2018, Selanjutnya masuk di MA Pondok Pesantren Ell-Firdaus Aek Batu selama 1 tahun, kemudian pada tahun 2019 dilanjutkan di SMK Ki Hajar Dewantara Kabupaten Labuhan Batu Selatan, Provinsi sumatera Utara dan lulus pada tahun 2021. Pada tahun 2021. Penulis melanjutkan ke perguruan tinggi di Fakultas Pertanian Universitas Islam sumatera utara, mengambil Program Studi Agribisnis untuk mendapatkan gelar sarjana (S1).

Penulis mengikuti Organisasi Himpunan Mahasiswa Agribisnis (HIMAHAGRI) sebagai anggota Periode 2024-2025. Penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan pada tanggal 9 Januari - 09 Februari 2024 di PT. PP. London Sumatra Indoonesia Tbk. Turangie Estate. Pada tanggal 24 juli – 24 Agustus 2024 penulis melaksanakan KKN Tematik di Desa Bulu cina Kecamatan Hamparan Perak Kabupaten deli serdang, Provinsi Sumatera Utara.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga *insyaa Allah* skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik yang berjudul **“Strategi Pemasaran Durian di Kota Medan : Pendekatan Analisis SWOT, QSPM, Metode CPM (Studi kasus : Ucok Durian dan Sibolang Durian Kota Medan)”**

Shalawat berangkaikan salam ke Ruh Nabiyullah Muhammad SAW yang diharapkan syafa’at-Nya di Yaumul Qiyamah kelak, *Aamiin*. Dengan selesainya skripsi ini penulis tidak lupa mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya yaitu:

1. Bapak Tugimen dan Ibu Ngatini selaku orang tua serta keluarga penulis, yang telah banyak mendukung penulis dan memberikan pendidikan yang layak kepada penulis dan selalu mendoakan agar berhasil di dunia dan akhirat, maupun membantu dalam bentuk materi.
2. Saudara kandung penulis yaitu Wanda Dwi Noviyanti dan Elvira Nursyakila yang selalu mendukung serta memberi motivasi penulis.
3. Ibu Prof. Dr. Syafrida, SE., M. Si. Selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara
4. Ibu Dr. Ir. Murni Sari Rahayu, M.P. Selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Islam Sumatra Utara.
5. Bapak Dr. Mhd. Ilham Riyadh, SP. M. Si. Selaku Ketua Program Studi Agribisnis.

6. Ibu Dr. Desi Novita. SP., M. Si. Selaku Ketua Komisi Pembimbing
7. Bapak Ir. H. M. Starif Rafinda, MM Selaku Anggota Komisi Pembimbing
8. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Pertanian UISU Medan.
9. Seluruh rekan-rekan Mahasiswa yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam pelaksanaan dan penyelesaian skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terimakasih.

Penulis menyadari akan adanya kekurangan dalam tulisan ini, untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan khususnya penulis.

Kepada Allah SWT penulis mohon ampun, taufiq dan hidayahnya semoga usaha ini senantiasa dalam keridhoannya. *Aamiin.*

Medan, September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Durian	6
2.2 Strategi	7
2.3 Pemasaran	8
2.4 Strategi Pemasaran	9
2.5 Konsep Strategi Pemasaran (SWOT)	11
2.6 Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	13
2.7 QSPM (<i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i>)	13
2.8 Competitive Profile Matrix (CPM)	14
2.9 Penelitian Terdahulu	15
2.10 Kerangka Pemikiran	19
III METODE PENELITIAN	21
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	21
3.2 Metode Penentuan Sampel	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Metode Analisis Data	23
3.4.1 Analisis SWOT	23
3.4.2 <i>Quantitative Strategic Planning Matrix</i> (QSPM)	24
3.4.3 Competitive Profile Matrix (CPM).....	25
3.5 Batasan Operasional	27
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	28
4.1 Deskripsi Daerah Penelitian.....	28
4.2 Analisis Usaha Ucok Durian	29
4.2.1 Analisis SWOT pada Usaha Ucok Durian	29
4.2.2 Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFAS) Usaha Ucok Durian.	31

4.2.3	Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFAS)	32
4.2.4	Analisis Kuadaran SWOT Usaha Ucok Durian	35
4.2.5	Matriks SWOT	36
4.3	Analisis Usaha Si Bolang Durian	39
4.3.1	Analisis SWOT pada Usaha Si Bolang Durian	39
4.3.2	Evaluasi Faktor Internal (Matriks IFAS) Usaha Si Bolang Durian	42
4.3.3	Evaluasi Faktor Eksternal (Matriks EFAS)	43
4.4	Analisis Quantitative Strategic Planning Matrix	52
4.5	Analisis Competitive Profile Matriks	57
V	KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	62
	DAFTAR PUSTAKA	64
	LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

No	Uraian	Hal
1.1	Produksi Durian Nasional di Indonesia Tahun 2021–2024.....	2
3.1	Skala Likert	23
3.2	Matriks SWOT	24
3.3	Matrix QSPM	24
3.4	Rating nilai CPM 2020	26
4.1	Matrik IFAS Usaha Ucok Durian.....	32
4.2	Matrik EFAS Usaha Ucok Durian	33
4.3	Penggabungan Metriks IFAS dan EFAS Usaha Ucok Durian	34
4.4	Matriks SWOT Usaha Ucok Durian	36
4.5	Matrik IFAS Usaha Si Bolang Durian	42
4.6	Matrik EFAS Usaha Si Bolang Durian	43
4.7	Penggabungan Metriks IFAS dan EFAS Usaha Sibolang Durian	44
4.8	Penggabungan Metriks IFAS dan EFAS Usaha Sibolang Durian	47
4.9	Matrix QSPM Usaha Ucok Durian	53
4.10	Matrix QSPM Usaha Sibolang Durian	54
4.11	Matriks Profil Persaingan	58

DAFTAR GAMBAR

No	Uraian	Hal
2.1	Skema Kerangka Pemikiran	20
4.1	Matriks Posisi SWOT Usaha Ucok Durian.....	35
4.2	Matriks Posisi SWOT Usaha Sibolang Durian	46

DAFTAR LAMPIRAN

No	Uraian	Hal
1	Blangko Kuesioner	66
2.	Identitas Responden	70
3.	Hasil Kuesioner Strategi Pemasaran Ucok Durian	71
4.	Hasil Kuesioner Strategi Pemasaran Sibolang Durian	72
5.	Hasil Kuesioner Faktor Strategis Ucok Durian (Pelaku Usaha)	73
6.	Hasil Kuesioner Faktor Strategis Sibolang Durian (Pelaku Usaha)	74
7.	Dokumentasi Penelitian	75

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2020). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik Indonesia 2021 (Direktorat Diseminasi Statistik, Ed.)*. BPS - Statistics Indonesia.
- Baroto, Teguh dan Chandra Purbohadiningrat. 2014. Analisis Strategi Pengembangan Bisnis PPOB KIPO Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal Teknik Industri* Vol 15 No 1.
- David Fred, R. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Famawati. (2023). Analisis SWOT Usaha Jual Beli Buah Durian di Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Muslimpreneur*, 1(1).
- Famawati. (2025). Analisis SWOT Usaha Jual Beli Buah Durian di Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Muslimpreneur*, Vol. 5 No. 1.
- Febrianti, Oei Venny., Marcellia Susan. 2014. Usulan ALternatif Strategi PT. X Menggunakan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *E-Journal Graduate Unpar*. Volume 1 (1):1-12.
- Hardianto, H., Siaulhak, S., & Mangkunegara, M. (2023), Strategi Pemasaran Produk Olahan Durian Umah Duren di Kota Manado.
- Hintoro, S., & Fritz Wijaya, A. (2021). Analisis Strategi Bersaing Pada Biznet Branch Salatiga Menggunakan Porter'S Five Forces. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(6), 729–738. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v2i6.613>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2020). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization (7th ed.)*.
- Kirnadi, A. J., Zuraida, A., & Ilhamiyah, I. (2025). Kompatibilitas Perbanyakan Secara Okulasi Bibit Durian (*Durio zibethinus* Murr) yang Diberi Air Kelapa sebagai Zat Pengatur Tumbuh Alami. *Ziraa'ah*, 50(1), 9-15.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Ningrum, R.. (2023). Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Promosi Pada UMKM REMIK: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer, 7(3), 1403-1412.

- Nur Azizah Dwi Ningrum. (2023). Sintesis Karbon Aktif dari Limbah Kulit Durian (*Durio zibenthinus*) sebagai Adsorben pada Tumpahan Minyak di Perairan. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Nurdin Ahra, N. F., M.. (2022). Pengaruh Penggunaan Ice Breaking Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas V UPT SD Inpres 12/79 Lonrae Kecamatan Tanete Riattang Timur Kabupaten Bone. *Global Journal Basic Education*, 183-192.
- Prasetya, A. Y., Qurniati, R., & Herwanti, S. (2020), Saluran dan Margin Pemasaran Durian Hasil Agroforestri di Desa Sidodadi.
- Putri, N. E., Astuti, R., dan Putri, S. A. (2014). Perencanaan Strategi Pengembangan Restoran Menggunakan Analisis SWOT Dan Metode QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) (Studi Kasus Restoran Big Burger Malang). *Industria: Jurnal Teknologi dan Manajemen Agroindustri*, 3(2), 93-106.
- Ramadhani, M., & Yusuf, R. (2021). Strategi Pemasaran Durian Lokal di Kota Medan: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Pemasaran Agribisnis*, 14(1), 90-103.
- Roslinda, A., Muhammad, R., & Dian, F. (2022). Pemasaran dan Pengolahan Durian: Potensi dan Prospek. *Jurnal Hortikultura Tropis*, 12(3), 45-56.
- Setyorini, H., Effendi, U., dan Santoso, I. (2016). Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks SWOT dan QSPM (Studi Kasus: Restaurant Soekarno Hatta Malang. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Argoindustri* ISSN. 1(5). 46-53.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryani, D., & Wibowo, S. (2023). Pengembangan Agribisnis Durian dan Peluang Ekspor di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(2), 123-134.

Lampiran 1. Blanko Kuesioner

Petunjuk:

- Bagi pelaku usaha: isi seluruh bagian A–D.
- Bagi konsumen: cukup isi bagian A–B.
- Pilih jawaban sesuai pengalaman dan penilaian Anda.

- **Identitas Responden**

1. Nama (opsional): _____
2. Usia: _____ tahun
3. Jenis Kelamin: Laki-laki Perempuan
4. Status:
 - Pemilik/Pengelola Usaha Durian
 - Konsumen Durian
5. Nama Usaha (jika pelaku usaha): _____
6. Penghasilan / Omset (jika pelaku usaha): _____

- **Penilaian Strategi Pemasaran**

Gunakan skala berikut: **1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju**

Beri tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai.

No	Pernyataan	1	2	3	4	5
	Kualitas Produk (Product)					
1	Durian yang dijual/konsumsi memiliki kualitas baik dan konsisten.					
2	Buah durian selalu segar saat sampai ke konsumen.					
3	Ukuran, rasa, dan aroma durian sesuai harapan pelanggan.					

4	Pengemasan durian menarik dan aman.					
	Harga (Price)					
5	Harga sesuai dengan kualitas produk.					
6	Harga kompetitif dibandingkan pesaing.					
7	Ada diskon atau paket harga khusus untuk menarik pelanggan.					
	Lokasi Usaha (Place)					
8	Lokasi penjualan strategis dan mudah dijangkau.					
9	Tempat penjualan nyaman bagi konsumen.					
10	Lokasi mendukung pengalaman membeli yang baik.					
	Promosi (Promotion)					
11	Usaha menggunakan media sosial atau platform online untuk promosi.					
12	Informasi produk mudah diakses (online/offline).					
13	Promosi menarik dan mendorong minat beli.					
	Pelayanan (Service)					
14	Pelayanan ramah dan cepat.					
15	Ada layanan tambahan (misalnya pesan antar, pembayaran digital).					
16	Ada jaminan kualitas (misalnya tukar jika rusak).					
	Inovasi (Innovation)					

17	Ada inovasi produk (misalnya olahan durian, paket spesial).					
18	Ada fasilitas tambahan untuk menarik konsumen (contoh: spot foto, live durian opening).					
19	Mengikuti tren pemasaran terbaru (misalnya digital marketing, influencer).					

- **Analisis SWOT (Untuk Pelaku Usaha)**

Gunakan skala berikut: **1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Cukup Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju**

Beri tanda centang (✓) pada kolom yang sesuai.

	Pernyataan	1	2	3	4	5
Kekuatan (Strengths)						
1	Usaha saya sudah dikenal luas oleh konsumen (merek kuat).					
2	Kualitas durian yang dijual terjamin dan konsisten.					
3	Lokasi usaha strategis dan mudah dijangkau.					
4	Harga sesuai dengan kualitas produk.					
5	Pelayanan usaha saya ramah dan cepat.					
Kelemahan (Weaknesses)						
6	Persediaan durian tidak selalu stabil setiap musim.					
7	Promosi usaha masih terbatas.					
8	Fasilitas usaha (parkir, tempat duduk, dll.) masih kurang memadai.					
9	Ketergantungan pada supplier tertentu menyulitkan jika ada masalah persediaan.					
10	Pengemasan produk masih sederhana/kurang menarik.					

Peluang (Opportunities)						
11	Permintaan pasar durian di Medan terus meningkat.					
12	Wisata kuliner menjadi peluang untuk menarik konsumen baru.					
13	Tren digital marketing memberi peluang besar untuk promosi.					
14	Produk olahan durian (pancake, es krim, dll.) membuka peluang pasar baru.					
15	Dukungan pemerintah terhadap pengembangan durian lokal cukup besar.					
Ancaman (Threats)						
16	Persaingan usaha durian di Medan semakin ketat.					
17	Masuknya durian impor dapat mengurangi minat konsumen.					
18	Perubahan cuaca memengaruhi persediaan durian.					
19	Ketidakstabilan harga durian menyulitkan konsistensi usaha.					
20	Pergeseran selera konsumen bisa mengurangi permintaan durian lokal.					

- **Penilaian Kompetitif (Untuk Pelaku Usaha)**

Bandingkan usaha Anda dengan pesaing utama (Ucok Durian/Bolang Durian) berdasarkan faktor berikut (Skala 1–4):

1 = Sangat Rendah, 2 = Rendah, 3 = Cukup, 4 = Tinggi

Faktor Keberhasilan Utama	Bobot	Nilai Usaha Anda	Skor Usaha Anda	Nilai Pesaing	Skor Pesaing
Kualitas Produk					
Harga					
Pelayanan					
Promosi					
Lokasi					
Inovasi Produk					

Lampiran 2. Identitas Responden

No	Nama Responden	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Status
1	Ucok Durian	90	Laki-Laki	Pemilik Usaha
2	Rianda	26	Laki-Laki	Konsumen
3	Anwar	28	Laki-Laki	Konsumen
4	Juliana	34	Perempuan	Konsumen
5	Dini	22	Perempuan	Konsumen
6	Heri	29	Laki-Laki	Konsumen
7	Farid	29	Laki-Laki	Konsumen
8	Khairul	38	Laki-Laki	Konsumen
9	Zaky	32	Laki-Laki	Konsumen
10	Juntak	36	Laki-Laki	Konsumen
11	Elviana (Sibolang Durian)	21	Perempuan	Pemilik Usaha
12	Warda	23	Perempuan	Konsumen
13	Nanang	23	Laki-Laki	Konsumen
14	Jefri	28	Laki-Laki	Konsumen
15	Ardiansyah	34	Laki-Laki	Konsumen
16	Angga	26	Laki-Laki	Konsumen
17	Junaidi	27	Laki-Laki	Konsumen
18	Wiko	24	Laki-Laki	Konsumen
19	Wawan	36	Laki-Laki	Konsumen
20	Basuki	37	Laki-Laki	Konsumen

Lampiran 3. Hasil Kuesioner Strategi Pemasaran Ucok Durian

No	Pernyataan	Responden										Total	Rataan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Durian yang dijual memiliki kualitas baik dan konsisten	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44	4,40
2	Buah durian selalu segar sampai kekonsumen	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	42	4,20
3	Ukuran Rasa dan aroma sesuai harapan pelanggan	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40	4,00
4	Pengemasan durian menarik dan aman	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	40	4,00
5	Harga sesuai dengan produk	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	40	4,00
6	Harga kompetitif dibandingkan pesaing	5	3	3	3	2	4	4	4	5	4	37	3,70
7	Ada diskon atau paket harga khusus untuk menarik pelanggan	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4	36	3,60
8	Lokasi penjualan strategis dan mudah dijangkau	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	40	4,00
9	Tempat penjualan nyaman bagi konsumen	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	41	4,10
10	Lokasi mendukung pengalaman membeli yang baik	3	3	4	5	5	3	3	3	4	3	36	3,60
11	Usaha menggunakan media sosial atau platform online untuk promosi	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	33	3,30
12	Informasi produk mudah diakses (online/offline)	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	39	3,90
13	Promosi menarik dan mendorong minat beli	3	3	4	3	5	3	3	4	3	3	34	3,40
14	Pelayanan ramah dan cepat	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	3,80
15	Ada layanan tambahan (misalnya pesan antar, pembayaran digital)	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37	3,70
16	Ada jaminan kualitas (misalnya tukar bila rusak)	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47	4,70
17	Ada inovasi produk (misalnya olahan durian, paket spesial)	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	40	4,00
18	Ada fasilitas tambahan untuk menarik konsumen (contoh : spot foto, live durian opening)	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	35	3,50
19	Mengikuti tren pemasaran baru (misalnya digital marketing, influencer)	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	33	3,30
Jumlah		73	71	70	77	81	73	73	69	76	69	732	73,20
Rata-Rata		3,84	3,74	3,68	4,05	4,26	3,84	3,84	3,63	4,00	3,63		3,85

Lampiran 4. Hasil Kuesioner Strategi Pemasaran Sibolang Durian

No	Pernyataan	Responden										Total	Rataan
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	Durian yang dijual memiliki kualitas baik dan konsisten	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	40	4,00
2	Buah durian selalu segar sampai kekonsumen	4	5	4	3	3	3	3	3	3	3	34	3,40
3	Ukuran Rasa dan aroma sesuai harapan pelanggan	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	35	3,50
4	Pengemasan durian menarik dan aman	4	4	5	3	3	4	3	4	3	5	38	3,80
5	Harga sesuai dengan produk	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	35	3,50
6	Harga kompetitif dibandingkan pesaing	4	3	3	3	3	2	2	3	2	4	29	2,90
7	Ada diskon atau paket harga khusus untuk menarik pelanggan	5	4	5	4	4	3	3	4	3	3	38	3,80
8	Lokasi penjualan strategis dan mudah dijangkau	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	39	3,90
9	Tempat penjualan nyaman bagi konsumen	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45	4,50
10	Lokasi mendukung pengalaman membeli yang baik	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	41	4,10
11	Usaha menggunakan media sosial atau platform online untuk promosi	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	37	3,70
12	Informasi produk mudah diakses (online/offline)	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	40	4,00
13	Promosi menarik dan mendorong minat beli	5	4	4	3	3	3	3	4	3	2	34	3,40
14	Pelayanan ramah dan cepat	5	3	3	4	2	3	3	3	3	3	32	3,20
15	Ada layanan tambahan (misalnya pesan antar, pembayaran digital)	5	3	4	5	3	3	3	4	3	4	37	3,70
16	Ada jaminan kualitas (misalnya tukar bila rusak)	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	41	4,10
17	Ada inovasi produk (misalnya olahan durian, paket spesial)	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	43	4,30
18	Ada fasilitas tambahan untuk menarik konsumen (contoh : spot foto, live durian opening)	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48	4,80
19	Mengikuti tren pemasaran baru (misalnya digital marketing, influencer)	5	3	4	3	3	3	4	4	3	4	36	3,60
Jumlah		87	79	78	77	67	64	64	70	65	71	722	72,20
Rata-Rata		4,58	4,16	4,11	4,05	3,53	3,37	3,37	3,68	3,42	3,74		3,80

Lampiran 5. Hasil Kuesioner Faktor Strategis Ucoc Durian (Pelaku Usaha)

Faktor Strategis	Nilai
Internal	
Strengths (Kekuatan)	
Usaha sudah dikenal luas oleh konsumen	5
Kualitas durian terjamin dan konsisten	4
Lokasi usaha strategis dan mudah dijangkau	3
Harga sesuai dengan kualitas produk	4
Pelayanan usah ramah dan cepat	4
Weaknesses (Kelemahan)	
Persediaan durian tidak selalu stabil setiap musim	4
Promosi usaha masih terbatas	3
Fasilitas usaha masih kurang memadai	3
Ketergantungan pada supplier tertentu menyulitkan jika ada masalah persediaan	2
Pengemasan produk masaih sederhana/kurang memadai	2
Jumlah Faktor Internal	34
Eksternal	
Opportunities (Peluang)	
Permintaan pasar durian dimedan terus meningkat	4
wisata kuliner menjadi peluang untuk menarik konsumen baru	4
Tren digital marketing memberi peluang besar untuk promosi	3
Peroduk olahan durian membuka peluang pasar baru	3
Dukungan pemerintah terhadap pengembangan durian lokal cukup besar	2
Threats (Ancaman)	
Persaingan usaha durian semakin ketat	3
Masuknya durian impor dapat mengurangi minat konsumen	2
Perubahan cuaca mempengaruhi persediaan durian	3
Ketidak stabilan harga durian menyulitkan konsistensi usaha	2
Pergeseran selera konsumen bisa mengurangi permintaan durian lokal	1
Jumlah Faktor Eksternal	27

Lampiran 6. Hasil Kuesioner Faktor Strategis Sibolang Durian (Pelaku Usaha)

Faktor Strategis	Nilai
Internal	
Strengths (Kekuatan)	
Usaha sudah dikenal luas oleh konsumen	4
Kualitas durian terjamin dan konsisten	4
Lokasi usaha strategis dan mudah dijangkau	5
Harga sesuai dengan kualitas produk	4
Pelayanan usah ramah dan cepat	5
Weaknesses (Kelemahan)	
Persediaan durian tidak selalu stabil setiap musim	5
Promosi usaha masih terbatas	1
Fasilitas usaha masih kurang memadai	1
Ketergantungan pada supplier tertentu menyulitkan jika ada masalah persediaan	3
Pengemasan produk masih sederhana/kurang memadai	1
Jumlah Faktor Internal	33
Eksternal	
Opportunities (Peluang)	
Permintaan pasar durian dimedan terus meningkat	4
wisata kuliner menjadi peluang untuk menarik konsumen baru	4
Tren digital marketing memberi peluang besar untuk promosi	4
Peroduk olahan durian membuka peluang pasar baru	4
Dukungan pemerintah terhadap pengembangan durian lokal cukup besar	2
Threats (Ancaman)	
Persaingan usaha durian semakin ketat	3
Masuknya durian impor dapat mengurangi minat konsumen	2
Perubahan cuaca mempengaruhi persediaan durian	3
Ketidak stabilan harga durian menyulitkan konsistensi usaha	3
Pergeseran selera konsumen bisa mengurangi permintaan durian lokal	2
Jumlah Faktor Eksternal	31

Lampiran 7. Dokumentasi Penelitian



