

ABSTRACT

Yuda Eka Danuarta, "Durian Marketing Strategy in Medan City: SWOT Analysis Approach, QSPM, CPM Method (Case Study: Ucok Durian and Sibolang Durian Medan)" Supervised by Dr. Desi Novita, SP., M.Si. as Chair of the Advisory Committee and Mr. Ir. H. M. Syarif Rafinda, MM. as Member of the Advisory Committee. The purpose of this study was to identify internal and external factors influencing the marketing strategies of two large local durian sellers in Medan City and to determine alternative local durian marketing strategies in Medan City using the Competitive Profile Matrix (CPM) method.

This study employed quantitative analysis methods using SWOT analysis and Competitive Profile Matrix (CPM) analysis. The data sources used were primary and secondary data, with 10 sellers from each group. The sample for durian sellers and consumers was determined using purposive sampling.

The results of this study indicate that the determining factors for durian marketing success are taste, packaging design, price, label completeness, packaging quality, sales location, and packaging color. The CPM analysis showed that Ucok Durian had the highest score, with a score of 2.8588. The strategies formulated for the sustainable competitiveness of the durian business are: 1) Emphasizing various product advantages, including strategic sales locations, constant stock availability, consistent taste, and maintaining permits and operational standards. 2) Innovating and improving the quality of durian souvenir packaging. 3) Pricing should be competitive with competitors.

Keywords: Durian, Ucok Durian, and Sibolang Durian

ABSTRAK

Yuda Eka Danuarta, “Strategi Pemasaran Durian di Kota Medan : Pendekatan Analisis SWOT, QSPM, Metode CPM (Studi kasus : Ucok Durian dan Sibolang Durian Medan)” Di bimbing oleh Ibu Dr. Desi Novita, SP., M. Si sebagai Ketua Komisi Pembimbing dan Bapak Ir. H. M. syarif Rafinda. MM. sebagai Anggota Komisi Pembimbing. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal yang memengaruhi strategi pemasaran 2 penjual besar durian lokal di Kota Medan dan menentukan alternatif strategi pemasaran durian lokal di Kota Medan menggunakan metode Competitive Profile Matrix (CPM).

Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT dan analisis Competitive Profile Matrix (CPM. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan jumlah masing-masing penjual sebanyak 10 orang. Penentuan sample untuk penjual dan konsumen durian dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penentu keberhasilan pada pemasaran durian adalah rasa, desain kemasan, harga, kelengkapan label, kualitas kemasan, lokasi penjualan, warna kemasan. Hasil analisis CPM Ucok Durian memiliki skor tertinggi, dengan perolehan skor 2,8588. Strategi yang dirumuskan untuk keberlangsungan persaingan usaha durian adalah 1) Menonjolkan berbagai keunggulan produk, meliputi lokasi penjualan yang strategis, stok yang selalu tersedia, kualitas cita rasa yang konsisten, serta mempertahankan izin dan standar operasional. 2) Melakukan inovasi dan kualitas kemasan dari oleh-oleh durian. Harga yang sesuai dengan para pesaingnya.

Kata Kunci : Durian, Ucok Durian dan Sibolang Durian