

**STRATEGI PEMASARAN USAHA PEMBIBITAN DURIAN
MUSANG KING DI KELURAHAN KEBUN LADA
KECAMATAN BINJAI UTARA KOTA BINJAI**

SKRIPSI

Oleh :

**RIZKY ARDHANA
NPM : 2104300030
Program Studi : AGRIBISNIS**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

**STRATEGI PEMASARAN USAHA PEMBIBITAN DURIAN
MUSANG KING DI KELURAHAN KEBUN LADA
KECAMATAN BINJAI UTARA KOTA BINJAI**

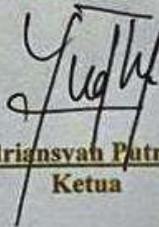
SKRIPSI

Oleh :

**RIZKY ARDHANA
NPM: 2104300030
AGRIBISNIS**

**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Strata 1 (S1) Pada
Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Komisi Pembimbing :



**Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P.
Ketua**

Disahkan Oleh:

Dekan



Assoc. Prof. Dr. Dafni Mawar Tarigan, S.P., M.Si.

Tanggal Lulus: 28-07-2025

PERNYATAAN

Dengan ini saya :

Nama : Rizky Ardhana

Npm : 2104300030

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King Di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai” adalah berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penciplakan (plagiarisme), maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Medan, 2025

Yang menyatakan,



Rizky Ardhana

RINGKASAN

RIZKY ARDHANA (2104300030) melakukan penelitian berjudul "Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai", dengan bimbingan Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P. selaku Ketua Komisi Pembimbing. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2025 di Kelurahan Kebun Lada, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal serta merumuskan strategi pemasaran efektif menggunakan metode deskriptif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada memiliki kekuatan berupa modal, luas lahan, dan keahlian. Kelemahannya meliputi manajemen usaha, kurangnya promosi, dan belum ada legalitas. Peluang yang ada adalah permintaan pasar, peluang kemitraan, dan dukungan pemerintah, namun dihadapkan pada ancaman seperti persaingan ketat, fluktuasi harga, dan perubahan iklim. Berdasarkan analisis SWOT, usaha ini berada pada Kuadran II (strategi diversifikasi), dengan skor IFE 2,52 dan EFE 2,39. Selisih positif pada faktor internal menunjukkan kekuatan lebih dominan, sementara selisih negatif pada faktor eksternal menunjukkan ancaman lebih besar dari peluang. Strategi yang disarankan adalah strategi ST dengan memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Analisis SWOT, Pembibitan Durian Musang King

SUMMARY

RIZKY ARDHANA (2104300030) Conducting research titled “Marketing Strategies for Musang King Durian Nursery Businesses in Kebun Lada Village, Binjai Utara District, Binjai City,” under the guidance of Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P., as Chair of the Supervisory Committee. This research was conducted in 2025 in Kebun Lada Village, Binjai Utara District, Binjai City. The objective of this research was to identify internal and external factors and formulate effective marketing strategies using descriptive methods and SWOT analysis. The results of the research indicate that the Musang King Durian Nursery Business in Kebun Lada Village has strengths in terms of capital, land area, and expertise. Its weaknesses include business management, lack of promotion, and lack of legal status. Opportunities include market demand, partnership opportunities, and government support, but it faces threats such as intense competition, price fluctuations, and climate change. Based on the SWOT analysis, this business is in Quadrant II (diversification strategy), with an IFE score of 2.52 and an EFE score of 2.39. The positive difference in internal factors indicates that strengths are more dominant, while the negative difference in external factors indicates that threats are greater than opportunities. The recommended strategy is the ST strategy, which leverages strengths to address threats.

Keywords: Marketing Strategy, SWOT Analysis, Musang King Durian Nursery

RIWAYAT HIDUP

Rizky Ardhana lahir di Gunung Melayu, pada tanggal 03 Februari 2003, anak ke dua dari dua bersaudara dari pasangan Ayahanda Mulyadi dan Ibunda Nismawati.

Pendidikan yang telah ditempuh adalah sebagai berikut:

1. Tahun 2015, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar di SD Negeri 010140 Perkebunan Gunung Melayu.
2. Tahun 2018, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di Madrasah Tsanawiyah Taman Pendidikan Islam Gunung Melayu.
3. Tahun 2021, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Pulau Rakyat.
4. Tahun 2021, melanjutkan Pendidikan Sastra 1 (S1) pada program studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
Kegiatan yang pernah diikuti selama menjadi mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
 1. Tahun 2021, mengikuti pengenalan kehidupan kampus Mahasiswa/I baru PKKMB di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
 2. Tahun 2021, mengikuti masa Ta'aruf (MASTA) Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
 3. Tahun 2024, mengikuti Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Regional I Kebun Bandar Selamat.
 4. Tahun 2024, mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Gunung Sari, Kecamatan Aek Songsongan, Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara.
 5. Tahun 2025, melakukan penelitian untuk skripsi yang berjudul Strategi

Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King Di Kelurahan Kebun
Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Adapun judul penulis pada penelitian ini adalah “Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King Di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai”. Atas tersusunnya skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Ibu Assoc. Prof .Dr. Dafni Mawar Tarigan, M.Si., selaku Dekan Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Wan Afriani Barus, M.P., selaku Dekan I Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Akbar Habib, S.P., M.P., selaku Dekan III Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Mailina Harahap, S.P., M.P., selaku Ketua Prodi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Yudha Andriansyah Putra, S.P., M.P., selaku Dosen Pembimbing.
6. Seluruh Staff Biro Administrasi Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu penulis dalam penyelesaian Adminiatrasi selama proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan serta nasihat selama kuliah.
8. Teristimewa kedua orang tua Ayahanda Mulyadi dan Ibunda Nismawati yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta, kasih

sayang, dan selalu memberikan dukungan secara moril dan materi.

9. Pihak-pihak terkait yang telah membantu banyak dalam penelitian penulis dan membantu penulis dalam memberikan pengajaran pada saat penelitian.
 10. Teman – teman yang telah membantu penulis dalam menyusun skripsi
- Penulis berharap semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak, Penulis sangat berharap kritik dan saran dari berbagai pihak yang bertujuan untuk membuat proposal ini kearah yang lebih baik lagi.

Medan, 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PERNYATAAN.....	i
RINGKASAN.....	ii
SUMMARY.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang.....	1
Rumusan Masalah.....	3
Tujuan Penelitian.....	3
Kegunaan Penelitian.....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	5
Klasifikasi Ilmiah.....	5
Usaha Pembibitan Durian.....	5
Strategi Pemasaran.....	6
Analisis Swot.....	8
Faktor Internal.....	8
Faktor Eksternal.....	9
Matriks SWOT.....	9

Langkah-langkah Analisis SWOT.....	11
Penelitian Terdahulu.....	12
Kerangka Pemikiran.....	15
METODE PENELITIAN.....	17
Metode Penelitian.....	17
Metode Penentuan Lokasi.....	17
Metode Pengumpulan Data.....	17
Metode penentuan Sampel.....	18
Metode Analisis Data.....	18
Skala Likkert.....	19
Indikator SWOT.....	21
Matriks SWOT.....	20
Definisi dan Batasan Operasional.....	25
Batasan Operasional.....	26
DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN.....	27
Letak Geografis.....	27
Kondisi Demografis.....	27
Sarana dan Prasarana.....	28
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
Karakteristik Sampel.....	29
Analisi Faktor-faktor Internal dan Eksternal.....	30
Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King.....	41
Kuadran SWOT.....	42
Matriks SWOT.....	47

Strategi ST.....	47
KESIMPULAN DAN SARAN.....	54
Kesimpulan.....	54
Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	56
DAFTAR LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
1.	Skala Likert.....	20
2.	Indikator Kekuatan.....	20
3.	Indikator Kelemahan.....	20
4.	Indikator Peluang.....	20
5.	Indikator Ancaman.....	20
6.	Matriks SWOT.....	23
7.	Jumlah Penduduk Kelurahan Kebun Lada.....	27
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	29
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	29
10.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	29
11.	Modal Awal Responden.....	31
12.	Luas Lahan Responden.....	32
13.	Matriks Penggabungan IFE dan EFE.....	41
14.	Matriks SWOT.....	47

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
1.	Skema Kerangka Pikiran.....	16
2.	Diagram SWOT.....	22
3.	Posisi Matriks SWOT.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuisisioner Penelitian.....	59
2.	Skala Likert.....	69
3.	Karakteristik Petani	74
4.	Data Produksi Selama Penelitian.....	76
5.	Data Penjualan Selama Penelitian.....	78
6.	Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Kekuatan.....	80
7.	Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Kelemahan.....	82
8.	Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Peluang.....	84
9.	Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Ancaman.....	86
10.	Dokumentasi.....	88

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu produsen durian terbesar di dunia, dengan berbagai varietas unggulan yang diminati oleh pasar domestik maupun internasional. Durian tidak hanya dikonsumsi dalam bentuk buah segar, tetapi juga diolah menjadi berbagai produk turunan seperti kue, dodol, dan es krim. Permintaan yang tinggi terhadap durian ini mendorong pentingnya pengembangan komoditas durian secara berkelanjutan, yang sangat bergantung pada ketersediaan bibit berkualitas tinggi. Bibit yang unggul akan menghasilkan buah dengan produktivitas tinggi dan mutu yang sesuai dengan standar pasar. Oleh karena itu, usaha pembibitan memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan kebun durian dan meningkatkan daya saing durian lokal di pasar global (Belanja *et al.*, 2021).

Di Indonesia sendiri, terdapat sekitar 18 jenis durian, namun hanya sembilan jenis yang layak untuk dikonsumsi. Buah durian dikenal kaya akan kalori, vitamin, lemak, dan protein, sehingga menjadi salah satu pilihan favorit masyarakat. Popularitasnya di kalangan konsumen, terutama karena aroma khasnya yang tajam, menjadikan durian sering dikonsumsi dalam jumlah besar. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan peningkatan pendapatan per kapita, konsumsi durian pun terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini tercermin pada tahun 2021, di mana produksi durian nasional mencapai 1,35 juta ton, mengalami peningkatan sebesar 19,40% dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 1,13 juta ton. Peningkatan produksi ini sekaligus mencerminkan potensi besar yang dimiliki

sektor durian dalam mendukung perekonomian dan memenuhi permintaan pasar yang terus tumbuh (Agus Setiadi, dan Titik Ekowati, 2024).

Provinsi Sumatera Utara memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian, khususnya di bidang pembibitan tanaman durian. Durian merupakan salah satu komoditas unggulan yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan permintaan pasar yang terus meningkat. Seiring dengan berkembangnya minat masyarakat terhadap budidaya durian, usaha pembibitan pun semakin menjanjikan. Kegiatan pembibitan tanaman buah-buahan tersebar di berbagai wilayah di Sumatera Utara. Namun, Kelurahan Kebun Lada di Kecamatan Binjai Utara dikenal sebagai salah satu daerah yang paling menonjol dalam usaha pembibitan ini. Pelaku usaha di wilayah ini memiliki keahlian dalam menghasilkan bibit durian berkualitas, terutama jenis Musang King. Potensi yang dimiliki daerah ini menjadikannya sebagai salah satu pusat pembibitan durian yang penting di Sumatera Utara (Hasibuan et al., 2023).

Durian (*Durio zibethinus Murr*) merupakan buah tropis yang eksotik dengan rasa dan aroma yang khas. Dijuluki sebagai “raja buah” atau *the king of fruit*, durian adalah tanaman endemik Asia Tenggara yang banyak dijumpai di Malaysia, Thailand, dan Indonesia. Buah ini kaya nutrisi, seperti vitamin B, C, E, serta zat besi. Di habitat alamnya, pohon durian dapat hidup hingga 200 tahun dan mencapai tinggi sekitar 50 meter. Pertumbuhan optimalnya berada di daerah tropis dengan ketinggian 50–600 meter di atas permukaan laut, yang berpengaruh terhadap proses pertumbuhan dan kematangan buah. Selain itu, durian membutuhkan intensitas cahaya matahari optimal sekitar 40%-50%, suhu rata-rata 22-30°C, serta curah

hujan ideal antara 1500-2500 mm per tahun untuk mendukung pertumbuhannya (Mauliddiyah, 2021).

Permasalahan dalam pemasaran bibit Durian Musang King sering terjadi karena kurangnya strategi yang terarah dan terstruktur. Banyak pelaku usaha pembibitan masih mengandalkan cara tradisional, seperti penjualan langsung di lokasi, tanpa memanfaatkan teknologi digital atau platform online. Padahal, di era perkembangan teknologi informasi saat ini, penggunaan media sosial, marketplace, dan situs web dapat menjadi cara yang efektif untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Dengan mempertimbangkan uraian di atas, peneliti memilih untuk meneliti lebih lanjut dengan judul “Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King Di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai”.

Rumusan Masalah

1. Apa saja faktor internal dan eksternal usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai.

Kegunaan Penelitian

1. Bagi peneliti, penelitian ini menjadi bahan ilmiah dalam penyusunan skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bagi Petani sebagai bahan gambaran mengenai peningkatan kesadaran pasar terhadap potensi dan manfaat bibit durian agar dapat menarik minat konsumen secara luas.
3. Bagi Peneliti Lanjutan sebagai bahan referensi yang dapat di jadikan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian lanjutan yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Klasifikasi Ilmiah

Kingdom: *Plantae*

Divisi: *Spermatophyta*

Subdivisi: *Angiospermae*

Kelas: *Dicotyledoneae (Magnoliopsida)*

Ordo: *Malvales*

Famili: *Malvaceae (dulu Bombacaceae)*

Genus: *Durio*

Spesies: *Durio zibethinus Murr*

Varietas: *Musang King (D197)* (Sari *et al.*, 2021).

Durian merupakan komoditas yang memiliki peluang menjanjikan di masa depan. Namun, hingga saat ini perdagangan durian masih dilakukan secara tradisional. Oleh karena itu, meninjau prospek durian, terutama dari sisi pemasaran, menjadi hal yang penting. Secara nyata terlihat bahwa dalam sistem pemasaran formal, petani awalnya mendapatkan harga jual yang lebih tinggi. Namun, seiring waktu, sistem ini menunjukkan kinerja yang kurang memuaskan. Akibatnya, banyak petani lebih memilih menjual durian melalui tengkulak meskipun mereka menerima harga yang lebih rendah (Harahap *et al.*, 2018).

Usaha Pembibitan Durian

Usaha pembibitan durian Musang King adalah kegiatan untuk memperbanyak tanaman durian yang berkualitas guna menghasilkan bibit baru yang dapat menggantikan tanaman tua, rusak, atau tidak produktif. Perbanyakan dilakukan melalui dua metode utama, yaitu generatif menggunakan biji dan

vegetatif seperti okulasi, sambung pucuk, atau cangkok. Namun, untuk menjaga kemurnian varietas Musang King, metode vegetatif lebih diutamakan karena mampu mewarisi karakteristik dari induknya. Tujuan pembibitan ini adalah menyediakan bibit durian Musang King yang sehat dan cepat berbuah. Bibit yang dihasilkan harus mampu beradaptasi dengan baik di lapangan serta memiliki produktivitas optimal. Dengan usaha pembibitan yang tepat, budidaya durian Musang King dapat berjalan lebih efisien dan berkelanjutan (Hermylina *et al.*, 2020).

Di Kelurahan Kebun Lada, Kecamatan Binjai Utara, aktivitas pembibitan Durian sudah menjadi hal yang sering ditemukan. Usaha pembibitan Durian Musang King memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat setempat, baik sebagai mata pencaharian utama maupun sebagai sumber penghasilan tambahan. Seiring dengan meningkatnya potensi pasar, pembibitan Durian Musang King di wilayah ini tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan bibit, tetapi juga berkontribusi dalam menjaga kelestarian varietas durian yang khas.

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah usaha untuk mempromosikan atau menjual produk berupa barang dan jasa dengan menerapkan rencana dan taktik tertentu, sehingga dapat meningkatkan jumlah penjualan secara signifikan. Strategi ini mencakup serangkaian langkah yang dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan tertentu, karena kemampuan menjual produk sangat bergantung pada jumlah orang yang mengetahuinya. Dalam perusahaan, strategi pemasaran memiliki peran krusial, karena berfungsi untuk menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik dari segi harga

barang dan jasa. Dengan strategi yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan nilai ekonominya dan menjual produk atau jasa dalam jumlah lebih besar (Moch. Falcha Omar Ali *et al.*, 2024).

Strategi pemasaran melibatkan pengambilan keputusan terkait alokasi anggaran pemasaran, dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan dan persaingan yang mungkin terjadi. Secara umum, keberhasilan atau kegagalan perkembangan suatu perusahaan dipengaruhi oleh keputusan strategi pemasaran yang diterapkan, serta analisis dan pemahaman yang akurat terhadap faktor-faktor yang memengaruhi strategi tersebut. Perencanaan pemasaran adalah bagian dari proses manajemen yang bertujuan menghasilkan strategi pemasaran. Proses ini dilakukan secara sistematis dan terkoordinasi, dengan tujuan utama mencapai target pemasaran melalui serangkaian langkah yang terencana dan terstruktur (Rambe & Aslami, 2022).

Jika usaha pembibitan Durian Musang King menerapkan strategi pemasaran yang efektif, tidak hanya peningkatan penjualan produk yang akan terjadi, tetapi juga perekonomian secara keseluruhan akan memperoleh manfaat. Dengan strategi pemasaran yang tepat, pendapatan dari usaha pembibitan durian dapat meningkat, yang secara langsung berkontribusi pada kesejahteraan para petani yang terlibat. Hal ini membuktikan bahwa strategi pemasaran memiliki peran krusial dalam memastikan keberlanjutan usaha, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat yang terlibat dalam proses produksi dan distribusi.

Analisis Swot

Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mengidentifikasi beragam elemen secara sistematis dalam rangka merancang strategi bagi perusahaan. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil mengurangi kelemahan dan ancaman yang dihadapi. Secara ringkas, analisis SWOT dapat diimplementasikan dengan cara mengevaluasi dan mengkategorikan aspek-aspek yang mempengaruhi keempat komponen tersebut. Oleh karena itu, hasil dari analisis ini dapat menjadi dasar dalam merumuskan strategi berdasarkan evaluasi faktor-faktor strategis perusahaan, yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (Fatimah, 2016).

Faktor Internal

Kekuatan (*strengths*) adalah faktor internal yang mampu meningkatkan daya saing suatu bisnis di pasar, berupa keunggulan yang dimiliki dari berbagai aspek internal seperti sumber daya, teknologi, atau manajemen. Elemen-elemen ini menjadikan organisasi lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Namun, di sisi lain, kelemahan (*weaknesses*) juga merupakan faktor internal yang justru dapat melemahkan posisi bisnis dalam persaingan. Kelemahan ini bisa berupa keterbatasan sumber daya, kurangnya efisiensi operasional, atau sistem kerja yang belum optimal. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk tidak hanya memaksimalkan kekuatan, tetapi juga mengidentifikasi dan mengatasi kelemahan yang ada. Dengan begitu, strategi bisnis yang dijalankan akan lebih seimbang dan efektif dalam menghadapi persaingan.

Faktor Eksternal

Peluang (*opportunities*) merupakan faktor eksternal yang memberikan pengaruh positif bagi perkembangan bisnis, karena dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi perusahaan di tengah persaingan pasar. Peluang ini biasanya muncul akibat perubahan yang terjadi di lingkungan eksternal, seperti tren konsumen, kemajuan teknologi, atau kebijakan pemerintah yang mendukung. Sebaliknya, ancaman (*threats*) adalah faktor eksternal yang dapat berdampak negatif terhadap keberlangsungan bisnis, baik dalam jangka pendek maupun panjang. Ancaman bisa muncul dari kondisi pasar yang tidak stabil, persaingan yang semakin ketat, atau perubahan regulasi yang merugikan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mampu mengenali dan memanfaatkan peluang yang ada, sekaligus mengantisipasi serta meminimalkan dampak dari berbagai ancaman (Nurindah Fitria, 2024).

Matriks SWOT

Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*) memiliki kolom bobot, rating, dan total nilai. Total nilai diperoleh dari perkalian bobot dengan rating. Bobot dan rating ditentukan berdasarkan faktor internal maupun eksternal sesuai tingkat kepentingannya. Matriks IFE digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan perusahaan, sedangkan matriks EFE berfungsi untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perusahaan (Astuti & Ratnawati, 2020).

Kinerja perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal yang perlu diperhatikan dalam analisis SWOT. SWOT merupakan singkatan dari *Strengths* (kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan) sebagai faktor internal, serta

Opportunities (peluang) dan *Threats* (ancaman) sebagai faktor eksternal yang dihadapi dunia usaha. Analisis SWOT dilakukan dengan membandingkan faktor eksternal berupa peluang dan ancaman dengan faktor internal berupa kekuatan dan kelemahan.

Berikut adalah empat strategi utama dalam analisis SWOT:

1. Strategi SO

Strategi ini menggunakan kekuatan internal organisasi untuk mengambil manfaat dari peluang eksternal. Organisasi yang berada dalam posisi ini menunjukkan bahwa kondisi internalnya sangat baik dan siap bersaing. Dengan memiliki keunggulan yang cukup, organisasi dapat memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk mengembangkan diri dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

2. Strategi W-O

Strategi ini bertujuan mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia. Banyak organisasi sebenarnya memiliki peluang besar, namun terhambat oleh kelemahan internal. Kondisi ini merugikan karena organisasi bisa kehilangan kesempatan untuk berkembang. Oleh sebab itu, diperlukan kebijakan strategis untuk meminimalkan kelemahan tersebut.

3. Strategi S-T

Strategi ini mengandalkan kekuatan internal organisasi untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal. Ancaman eksternal sering kali muncul dari pesaing yang melakukan inovasi besar-besaran, sementara organisasi tidak merespons dengan strategi yang serupa.

4. Strategi WT

Strategi ini disebut strategi bertahan (defensif), yang menekankan pada upaya mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal. Organisasi dalam posisi ini harus berhati-hati dalam mengambil keputusan, karena kebijakan yang tidak sesuai dengan kondisi internal justru dapat memperburuk situasi. (Riyanto *et al.*, 2021).

Langkah-langkah Analisis SWOT

Penting untuk diingat bahwa analisis SWOT dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan kekuatan organisasi, mengatasi serta mengurangi kelemahan yang ada, memprioritaskan dan memanfaatkan peluang, serta menghadapi dan meminimalkan ancaman yang mungkin timbul. Hasil dari analisis SWOT dapat memberikan gambaran mengenai kondisi organisasi saat ini dan membantu dalam merencanakan langkah-langkah di masa depan. Proses analisis SWOT dapat dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

Langkah 1: Menyusun daftar kekuatan dan kelemahan yang ada saat ini.

Langkah 2: Menyusun daftar peluang yang dapat dimanfaatkan di masa depan dan ancaman yang mungkin muncul dimasa depan.

Langkah 3: Menyusun rencana aksi dengan merujuk pada matriks SWOT dan merancang tindakan untuk mengatasi setiap aspek dalam matriks tersebut.

Langkah 4: Untuk mengetahui posisi organisasi serta strategi yang tepat, perlu dilakukan perhitungan nilai EFAS dan IFAS sebagai bagian dari analisis SWOT (Riyanto *et al.*, 2021).

Penelitian Terdahulu

Dalam peneliian terdahulu (Mauliddiyah, 2021), dengan judul Strategi Pemasaran Bibit Durian Kelompok Tani Maju Makmur Kabupaten Banyumas. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Teknik analisis yang digunakan mencakup Matriks IFE dan EFE, Matriks Grand Strategy, SWOT, serta QSPM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama dalam pemasaran bibit durian oleh kelompok tani Maju Makmur adalah layanan konsultasi dan penanaman, dengan skor 2,065. Kelemahan utamanya adalah minimnya promosi melalui media sosial, dengan skor 0,427. Peluang terbesar yang dimiliki yaitu tingginya kepercayaan konsumen (skor 0,880), sedangkan ancaman utama berasal dari penurunan produksi buah durian pada musim panen terakhir (skor 0,890). Strategi pemasaran yang diprioritaskan bagi kelompok tani Maju Makmur adalah mengoptimalkan media digital seperti Google Business, Website, YouTube, dan e-Commerce, serta memasang spanduk atau banner promosi di lokasi strategis, dengan nilai STAS 6,159.

Dalam penelitian terdahulu (Belanja *et al.*, 2021), dengan judul Analisis Strategi Pemasaran Bibit Unggul Durian Bintana (*Durio zibethinus*) di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, Penelitian ini menggunakan matriks SWOT dan metode deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbanyakan bibit durian Bintana dilakukan dengan cara vegetatif. Faktor internal yang memengaruhi meliputi produk, tenaga kerja, harga, dan promosi, sedangkan faktor eksternal mencakup peran pemerintah, konsumen, pesaing, dan teknologi. Faktor strategis pemasaran bibit unggul durian Bintana di UPT BIH Gedung Johor meliputi kekuatan berupa produk bersertifikat, kelemahan

berupa keterlambatan pencairan anggaran, peluang melalui kerja sama dengan instansi pemerintah maupun swasta, serta ancaman dari preferensi konsumen terhadap varietas durian lain. Alternatif strategi yang dapat diterapkan antara lain mengoptimalkan media promosi, menjaga kepercayaan konsumen melalui kualitas produk, bekerja sama dengan penangkar bibit lokal, menjalin kemitraan dengan pemerintah dan swasta, serta meningkatkan daya saing dan kegiatan promosi. Berdasarkan hasil analisis QSPM, strategi prioritas yang direkomendasikan adalah menjalin kemitraan dengan pemerintah (STAS 6,164), bekerja sama dengan penangkar bibit lokal (STAS 6,065), dan mengoptimalkan media promosi (STAS 5,504).

Dalam penelitian terdahulu (Dambe, 2024) dengan judul Strategi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Mapilli Barat Kabupaten Polewali Mandar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE) menghasilkan skor 3,39%, yang mencerminkan pengaruh faktor internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, dalam mencapai hasil optimal dalam produksi bibit kakao. Sementara itu, analisis *Matriks External Factor Evaluation* (EFE) dengan skor 3,00% menunjukkan pengaruh faktor eksternal, yaitu peluang dan ancaman, yang perlu diperhatikan dalam proses produksi. Berdasarkan analisis Matriks IE, posisi penelitian berada pada kuadran I, yang menuntut penerapan strategi agresif. Strategi ini dilakukan dengan memperluas pasar melalui pemasaran online menggunakan platform media sosial untuk meningkatkan jangkauan serta memperbesar pangsa pasar.

Dalam penelitian terdahulu (Kurniawan *et al.*, 2023) dengan judul Strategi Pemasaran Bibit Kelengkeng di CV Mekar Tani Kabupaten Purworejo. Penelitian

ini menggunakan metode analisis deskriptif. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa terdapat tujuh strategi pemasaran kelengkeng, yaitu strategi produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik (*physical evidence*). Dalam penerapannya, CV Mekar Tani memfokuskan strategi produknya hanya pada penjualan bibit kelengkeng. Harga bibit kelengkeng sebesar Rp10.000 dianggap sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Namun, strategi promosi yang dilakukan, seperti penggunaan media sosial WhatsApp, masih belum dimanfaatkan secara maksimal. Sementara itu, lokasi CV Mekar Tani yang berada di dekat jalan utama memberikan kemudahan bagi konsumen untuk datang langsung, baik untuk membeli maupun melihat proses budidaya bibit kelengkeng.

Dalam penelitian terdahulu (Muhammad Arifin Fattah, 2022) dengan judul Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica L.*) Studi Kasus Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto. Populasi penelitian ini adalah 105 orang petani pembibit mangga Arumanis. Teknik Penentuan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 23 orang. Untuk responden agen pemasaran, sampel diperoleh melalui teknik *backtracking snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat dua saluran pemasaran yang digunakan petani dalam memasarkan bibit mangga Arumanis di Desa Tino, Kecamatan Tarowan, Kabupaten Jeneponto, yaitu: (1) Saluran I: Petani → Pedagang Besar → Konsumen, dan (2) Saluran II: Petani → Pedagang Besar → Pedagang Pengecer → Konsumen. Adapun margin pemasaran pada saluran I sebesar Rp20.000 per pohon, sedangkan pada saluran II sebesar Rp5.000 per pohon dan Rp20.000 per pohon.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran usaha pembibitan Durian Musang King dimulai dari proses pembibitan Durian, di mana bibit dan dikembangkan menggunakan Teknik sambung pucuk. Proses ini sangat penting untuk memastikan bibit yang dihasilkan memiliki kualitas dan mampu beradaptasi dengan baik di lingkungan pertumbuhan yang berbeda. Setelah itu, masuk ke tahap produksi bibit, yang mencakup perawatan intensif seperti penyiraman, pemupukan, dan pengendalian hama hingga bibit siap untuk dijual. Kapasitas produksi bibit harus disesuaikan dengan permintaan pasar agar usaha tetap berjalan dengan efisien.

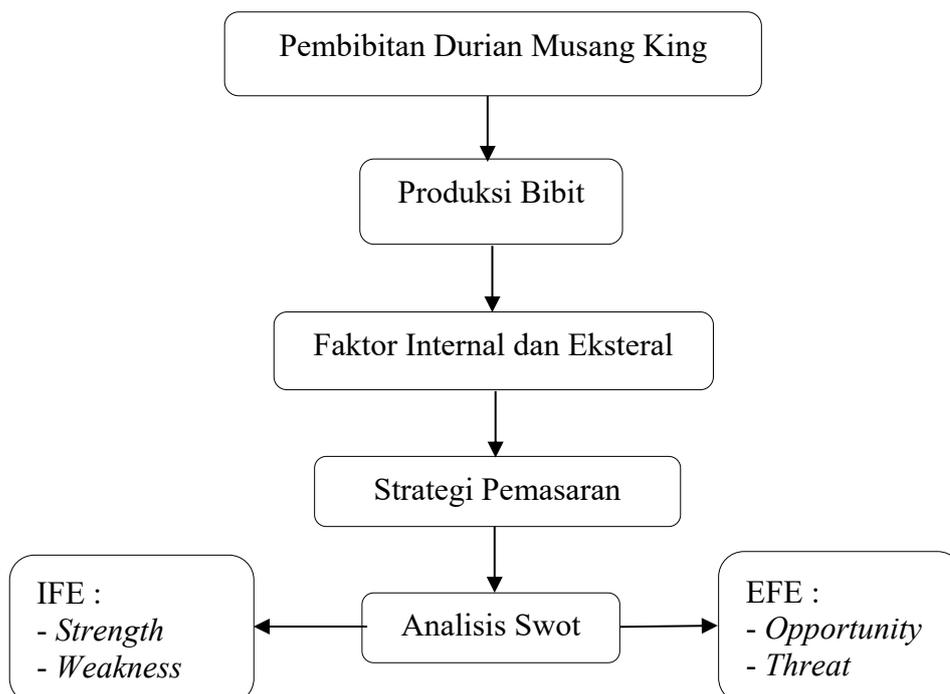
Selanjutnya, usaha ini membutuhkan strategi pemasaran yang efektif agar bibit Durian Musang King dapat terserap di pasaran. Pemasaran dapat dilakukan melalui penjualan langsung kepada petani, distribusi ke toko pertanian, serta promosi secara online melalui media sosial atau marketplace agribisnis. Selain itu, kerja sama dengan koperasi petani atau program pemerintah dapat menjadi peluang untuk memperluas jangkauan pasar. Namun, dalam menjalankan usaha pembibitan ini, terdapat beberapa kendala dan tantangan seperti serangan hama dan penyakit, perubahan iklim yang memengaruhi pertumbuhan bibit, serta persaingan pasar dengan pembibit lain yang menawarkan harga atau produk lebih kompetitif.

Untuk memahami lebih lanjut posisi usaha ini dalam industri pembibitan, dilakukan Analisis SWOT yang terbagi dalam dua faktor utama, yaitu *Internal Factor Evaluation* (IFE) dan *External Factor Evaluation* (EFE). Dari faktor internal, usaha pembibitan Durian Musang King memiliki kekuatan (*strength*) berupa modal, luas lahan, keahlian. Namun, ada beberapa kelemahan (*weakness*) seperti modal, kurangnya promosi, proses produksi memakan waktu. Sementara itu,

dari faktor eksternal, terdapat berbagai peluang (*opportunity*) seperti meningkatnya permintaan bibit, reputasi, keahlian. Akan tetapi, usaha ini juga menghadapi ancaman (*threat*), seperti persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, serta dampak perubahan iklim yang dapat menghambat pertumbuhan bibit.

Berdasarkan kerangka pemikiran ini, usaha pembibitan Durian Musang King perlu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mengatasi kelemahan dan ancaman dengan strategi yang tepat. Dengan fokus pada peningkatan kualitas bibit, strategi pemasaran yang efektif, dan manajemen risiko yang baik, usaha ini dapat berkembang dan tetap kompetitif dalam industri pembibitan durian.

Secara skematis, berikut merupakan gambaran kerangka pemikiran penelitian tersebut:



Gambar 1. Skema kerangka pikiran

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mengetahui nilai setiap variabel secara independen, tanpa membentuk hubungan atau perbandingan antar variabel. Metode ini bertujuan untuk menggambarkan populasi atau bidang tertentu secara sistematis dan akurat. Penelitian dilakukan dengan pendekatan survei, yaitu mengumpulkan informasi melalui penyusunan daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden. Pendekatan survei digunakan untuk meneliti fenomena pada kelompok atau individu. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, yang berisi sejumlah pertanyaan yang harus di isi oleh responden. Selain itu, wawancara juga dapat dilakukan melalui interaksi tanya jawab secara langsung (Sujarweni, 2022).

Metode penentuan lokasi

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai. Pada usaha pembibitan Durian Musang King sebagai objek penelitian. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) karena desa ini merupakan salah satu pusat penghasil bibit durian di Kota Binjai.

Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Januari 2025 dan dilaksanakan hingga seluruh tahapan penelitian selesai.

Metode Pengumpulan Data

Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung dari responden melalui metode seperti kuesioner, kelompok fokus, panel, atau wawancara. Proses ini

dilakukan dengan mendatangi responden yang akan disurvei dan menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner yang telah disiapkan sebelumnya. Data yang diperoleh meliputi informasi tentang usaha pembibitan Durian Musang King, yang di dapatkan melalui wawancara dengan usaha pembibitan durian musang king sebagai bagian dari pendukung penelitian ini.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber, seperti catatan, buku, majalah, laporan keuangan perusahaan, laporan pemerintah, artikel, maupun literatur lainnya. Data ini umumnya sudah tersedia dalam bentuk siap pakai tanpa perlu diolah kembali (Sujarweni, 2022).

Metode Penentuan Sampel

Jumlah sampel ditentukan dengan metode Sampling Jenuh (*Sensus*), yaitu teknik di mana seluruh anggota populasi dijadikan sampel. (Sujarweni, 2022). Dengan mempertimbangkan berbagai aspek, seperti populasi, biaya, waktu, dan tenaga, peneliti memutuskan untuk berfokus pada strategi pemasaran usaha pembibitan Durian Musang King sesuai jumlah sampel yang tersedia.

Jumlah sampel yang akan digunakan dengan metode Sampling Jenuh (*Sensus*) yaitu pada 21 usaha pembibitan Durian Musang King yang berada di Kelurahan Kebun Lada.

Metode Analisis Data

- a. Untuk menjawab faktor internal dan eksternal usaha pembibitan Durian Musang King. Metode yang digunakan dengan metode deskriptif wawancara secara mendalam kepada pemilik usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada untuk menggali informasi secara

lebih rinci mengenai hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh pihak internal usaha.

- b. Untuk menjawab permasalahan kedua strategi pemasaran usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai.

Penelitian yang dilakukan pada usaha pembibitan Durian Musang King menggunakan Analisis SWOT hanya akan bermanfaat jika telah ditentukan dengan jelas bidang bisnis di mana perusahaan beroperasi, arah tujuan perusahaan di masa depan, serta ukuran keberhasilan manajemen dalam melaksanakan misi dan visinya sudah ditetapkan secara jelas. Analisis SWOT ini juga dapat membantu merumuskan strategi untuk lima tahun ke depan (Wijayati, 2019).

Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu maupun kelompok terhadap suatu fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial tersebut ditetapkan secara khusus dan kemudian disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019).

Dalam analisis SWOT, setiap indikator dinilai dengan skor antara 1 hingga tingkatan sebagai berikut:

Tabel 1. Skala Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Ragu-ragu (RG)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: (Rohmad dan Siti Sarah, 2021)

Indikator Swot

Tabel 2. Indikator kekuatan

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Modal			
Luas lahan keahlian			
Total			

Tabel 3. Indikator kelemahan

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Manajemen usaha			
Kurangnya promosi			
Belum Ada Legalitas			
Total			

Tabel 4. Indikator peluang

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Permintaan pasar			
Peluang Kemitraan			
Dukungan Pemerintah			
Total			

Tabel 5. Indikator ancaman

Indikator	Bobot	Nilai	Nilai Tertimbang
Persaingan ketat			
Fluktuasi harga bahan baku			
Perubahan iklim			
Total			

Penjumlahan secara vertikal dalam analisis SWOT, khususnya pada Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan EFE (*External Factor Evaluation*), dilakukan untuk menghitung total nilai tertimbang dari masing-masing faktor strategis. Setiap faktor seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman diberi bobot berdasarkan tingkat kepentingannya dan diberi rating berdasarkan kondisi aktual perusahaan.

Nilai bobot dikalikan dengan rating untuk memperoleh skor tertimbang tiap faktor (Hanafi *et al.*, 2019).

$$\text{Nilai bobot pada faktor internal 1 (kekuatan)} = \frac{\text{Total Jawaban Responden}}{\text{Total IFE}}$$

$$\text{Nilai rata-rata pada faktor internal 1 (kekuatan)} = \frac{\text{Total Jumlah Jawaban Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$$

Total skor dapat dilakukan dengan perhitungan: Bobot x Rating

Matriks SWOT

Matriks ini menunjukkan bagaimana peluang dan ancaman eksternal dapat dihadapi dengan memanfaatkan kekuatan serta mengatasi kelemahan internal perusahaan. Matriks SWOT menghasilkan empat alternatif strategi. Strategi S-O mendorong perusahaan memanfaatkan peluang dengan mengoptimalkan kekuatan yang dimiliki. Strategi W-O menekankan pada pengurangan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Strategi S-T berfokus pada penggunaan kekuatan untuk menghadapi ancaman, sedangkan strategi W-T diarahkan pada upaya meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman.



Gambar 2. Diagram SWOT

Dari Gambar diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kuadran I: Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth riented strategy*).
- b. Kuadran II: Strategi yang perlu dijalankan adalah memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang jangka panjang melalui strategi diversifikasi produk maupun pasar.
- c. Kuadran III: Perusahaan memiliki peluang pasar yang besar, namun masih menghadapi berbagai kelemahan internal. Oleh karena itu, strategi utama yang perlu diterapkan adalah meminimalkan kelemahan internal agar dapat merebut peluang pasar secara lebih optimal.

d. Kuadran IV: Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal (Rangkuti, 2016).

Adapun tabel matriks SWOT dapat dilihat pada tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6. Matriks SWOT

INTERNAL	STRENGHT (S)	WEAKNESS (W)
EKSTERNAL	Tentukan faktor-faktor kekuatan internal	Tentukan faktor-faktor kelemahan internal
OPPORTUNITTIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
Tentukan faktor-faktor peluang eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang.	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang.
THREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
Tentukan faktor-faktor ancaman eksternal.	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.	Ciptakan strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

Sumber: (Suciati et al., 2021)

Terdapat empat macam strategi yang dihasilkan melalui analisis SWOT, antara lain yaitu:

1. Strategi SO, yaitu Strategi ini dirancang dengan pendekatan yang memanfaatkan seluruh potensi kekuatan untuk menangkap dan memanfaatkan peluang secara maksimal.

2. Strategi ST, yaitu Strategi ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan yang dimiliki untuk menghadapi dan mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, yaitu Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dan mengurangi kelemahan yang dimiliki.
4. Strategi WT, yaitu Strategi ini berfokus pada pendekatan defensif dan berusaha menghindari ancaman (I Gusti Ngurah Alit Wiswata, I Gusti Ayu Ari Agumh, 2018).

Strategi SO dirancang untuk memanfaatkan kekuatan internal organisasi agar dapat menangkap dan memaksimalkan peluang eksternal. Strategi ini biasanya dipilih ketika skor penjumlahan IFE tinggi (menunjukkan kekuatan dominan) dan skor EFE juga tinggi (menunjukkan banyak peluang eksternal), yang menempatkan organisasi dalam posisi yang ideal untuk ekspansi atau pertumbuhan.

Strategi ST digunakan ketika organisasi memiliki kekuatan internal yang besar tetapi menghadapi tekanan atau ancaman dari lingkungan eksternal. Strategi ini berupaya menggunakan kekuatan internal untuk mengurangi dampak ancaman dari luar. Pemilihan strategi ini dapat dilakukan setelah menganalisis dan menjumlahkan skor matriks IFE dan EFE, di mana skor IFE yang tinggi dan EFE yang rendah menunjukkan posisi yang sesuai untuk strategi ST.

Strategi WO digunakan ketika organisasi menghadapi peluang eksternal yang besar tetapi memiliki kelemahan internal yang signifikan. Strategi ini bertujuan untuk memanfaatkan peluang yang ada sambil memperbaiki atau mengatasi kelemahan internal. Strategi WO biasanya diterapkan ketika skor EFE lebih tinggi dari skor IFE, menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memberikan peluang yang harus ditangkap dengan memperkuat faktor internal terlebih dahulu.

Strategi WT diterapkan ketika organisasi berada dalam kondisi yang paling tidak menguntungkan, yaitu memiliki kelemahan internal dan menghadapi ancaman eksternal. Strategi ini bersifat defensif dan berfokus pada bertahan hidup, mengurangi kerentanan, dan jika perlu melakukan divestasi atau likuidasi. Strategi ini umumnya dipilih ketika hasil penjumlahan skor IFE dan EFE menunjukkan posisi lemah secara internal dan terancam secara eksternal (David, 2011).

Definisi dan Batasan Operasional

Untuk mencegah terjadinya kesalah pahaman dalam penafsiran, ditetapkan beberapa definisi dan batasan operasional sebagai berikut:

1. Usaha pembibitan durian musang king adalah usaha yang memproduksi bibit durian musang king dan memasarkannya kepada konsumen.
2. Analisis SWOT meliputi faktor internal perusahaan dan faktor eksternal perusahaan.
3. Faktor internal perusahaan meliputi kekuatan dan kelemahan, sementara faktor eksternal perusahaan meliputi peluang dan ancaman.
4. Indikator kekuatan mencakup: Modal (Rp), luas lahan (Rante), keahlian.
5. Indikator kelemahan mencakup: Manajemen usaha, kurangnya promosi, belum ada legalitas.
6. Indikator peluang mencakup: Permintaan pasar, peluang kemitraan, dukungan pemerintah.
7. Indikator ancaman mencakup: Persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, perubahan iklim.
8. Matriks SWOT adalah alat yang digunakan untuk menyusun faktor-faktor strategi pemasaran perusahaan.

9. Penelitian ini dilakukan pada usaha pembibitan Durian Musang King yang berlokasi di Kelurahan Kebun Lada, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai.

Batasan Operasional

1. Lokasi yang diteliti adalah usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai.
2. Sampel penelitian adalah usaha pembibitan yang menghasilkan bibit Durian Musang King yang terdapat di daerah penelitian.
3. Waktu penelitian adalah tahun 2025.

DESKRIPSI UMUM DAERAH PENELITIAN

Letak Geografis

Penelitian dilakukan di Kelurahan Kebun Lada, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, Provinsi Sumatera Utara. Yang menjadi sampel penelitian yaitu pada usaha pembibitan Durian Musang King, adapun profil wilayah penelitian adalah sebagai berikut:

Provinsi : Sumatera Utara

Kota : Binjai

Kecamatan : Binjai Utara

Kelurahan : Kebun Lada

Luas Kelurahan : 267 Ha

Jumlah penduduk : 6.097 jiwa

Jumlah Lingkungan : 5 Lingkungan

Batas Kelurahan

1. Sebelah Utara : Kelurahan Damai
2. Sebelah Selatan : Kecamatan Binjai Barat
3. Sebelah Barat : Kelurahan Cengkeh Turi
4. Sebelah Timur : Kelurahan Pahlawan

Kondisi Demografis

Jumlah Penduduk

Tabel 7. Jumlah Penduduk Kelurahan Kebun Lada

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Satuan
1	Laki	3.001	Jiwa
2	Perempuan	3096	Jiwa
Jumlah		6.097	Jiwa

Sumber: BPS Kota Binjai, 2024.

Sarana dan Prasarana

1. Tempat Ibadah

Tempat ibadah berfungsi sebagai sarana bagi masyarakat Kelurahan Kebun Lada untuk melaksanakan kegiatan keagamaan sesuai dengan ajaran agama yang dianut. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, setiap dusun/lingkungan di Kelurahan Kebun Lada memiliki setidaknya satu tempat ibadah yang berupa masjid atau mushola, yang berperan penting dalam mendukung aktivitas keagamaan masyarakat setempat.

2. Kantor Lurah

Kantor Lurah adalah tempat kerja pemerintahan di tingkat kelurahan yang mengurus berbagai keperluan administrasi dan memberikan pelayanan kepada warga. Selain itu, kantor ini juga menjadi penghubung antara pemerintah daerah dengan masyarakat di kelurahan.

3. Puskesmas

Puskesmas (Pusat Kesehatan Masyarakat) adalah tempat pelayanan kesehatan pertama yang membantu masyarakat mendapatkan layanan kesehatan. Puskesmas ini memberikan berbagai jenis pelayanan, seperti upaya menjaga kesehatan, mencegah penyakit, mengobati, dan memulihkan kesehatan. Selain itu, Puskesmas juga membantu memudahkan masyarakat untuk mendapatkan layanan kesehatan dasar tanpa harus pergi jauh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Sampel

Penelitian ini melibatkan 21 responden dari usaha pembibitan Durian Musang King. Karakteristik responden yang diteliti meliputi jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan terakhir.

Tabel 8. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	Laki-laki	21	100
	Jumlah	21	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan data pada tabel 8, seluruh responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, yaitu memiliki 21 jiwa dengan presentase 100%.

Tabel 9. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	20-30	8	38
2	31-40	3	14
3	41-50	7	33
4	50-60	3	14
	Jumlah	21	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 9, usia 20-30 tahun memiliki jumlah jiwa paling banyak yaitu sebesar 8 jiwa dengan presentase 38%, usia 31- 40 memiliki jumlah jiwa yaitu sebesar 3 jiwa dengan presentase 14%, usia 41 - 50 memiliki jumlah jiwa sebesar 7 jiwa dengan presentase 33% dan usia 51 - 60 memiliki jumlah jiwa sebesar 3 jiwa dengan presentase 14%.

Tabel 10. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	SMP	5	24
2	SMA	16	76
	Jumlah	21	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Dapat dilihat dari tabel 10 pendidikan SMP memiliki jumlah jiwa sebesar 5 jiwa dengan presentase 24% dan pendidikan SMA memiliki jumlah jiwa paling banyak yaitu sebesar 16 jiwa dengan presentase 76%.

1. Analisis Faktor-faktor Internal dan Eksternal

Analisis SWOT

Analisis SWOT dimulai dengan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal mencakup kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Pada penelitian ini, analisis SWOT digunakan untuk mengkaji usaha pembibitan Durian Musang King.

Berikut hasil survei langsung ke lapangan dan sesuai dengan beberapa metode yang dipakai, untuk mengetahui faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman) pada usaha pembibitan Durian Musang King. yaitu:

1. Faktor Internal

Beberapa kekuatan (*Strength*) pada usaha pembibitan Durian Musang King :

a) Modal

Menurut Pratiwi *et al* (2020), Modal adalah aset bernilai ekonomi yang dapat meningkatkan kapasitas produksi suatu usaha, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih besar. Dalam sektor pertanian, modal tergolong sebagai biaya tetap yang berperan penting dalam menentukan tingkat produksi usaha tani. Semakin luas skala usaha tani, semakin besar pula peran modal dalam mendukung peningkatan hasil produksi pertanian.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan dilapangan, dimana Pengelolaan modal oleh usaha pembibitan durian Musang King telah disesuaikan dengan

kebutuhan operasional. Hal ini tercermin dari pemanfaatan modal yang difokuskan pada kegiatan produksi dan pengeluaran lainnya secara efisien, sehingga mampu menghindari penggunaan dana yang tidak tepat sasaran. Dengan demikian, pemilik usaha tidak memerlukan pinjaman modal dari pihak ketiga. Berikut ini adalah tabel modal awal usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai.

Tabel 11. Modal Awal Responden

No	Modal	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	2.500.000	2	10
2	3.500.000	1	5
3	4.000.000	1	5
4	5.000.000	14	65
5	7.000.000	1	5
6	10.000.000	2	10
Jumlah		21	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan data pada Tabel 11, sebagian besar responden, yaitu sebesar 65%, memulai usaha pembibitan dengan modal awal sebesar Rp5.000.000. Selanjutnya, masing-masing 10% responden menggunakan modal sebesar Rp2.500.000 dan Rp10.000.000. Adapun 5% responden lainnya memulai usaha dengan modal sebesar Rp3.500.000, Rp4.000.000, dan Rp7.000.000.

b) Luas Lahan

Menurut Luthfi Rayes (2006), Luas lahan adalah ukuran atau besaran dari suatu area tanah yang dinyatakan dalam satuan luas, seperti meter persegi (m^2), hektar (ha), atau kilometer persegi (km^2). Konsep ini penting dalam berbagai bidang, seperti pertanian, perencanaan tata ruang, dan pengelolaan sumber daya alam, untuk menentukan penggunaan, produktivitas, serta nilai ekonomis suatu wilayah.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, Luas lahan yang tersedia

untuk usaha pembibitan Durian Musang King di daerah penelitian cukup untuk memproduksi bibit Durian, sehingga memungkinkan pengelolaan yang efektif dalam proses pembibitan. Dengan lahan yang cukup, kegiatan seperti penanaman, perawatan, dan pemeliharaan bibit dapat dilakukan dengan lebih efisien. Selain itu, lahan yang memadai juga mendukung penerapan teknik budidaya yang baik, seperti pengaturan jarak tanam dan pemupukan yang tepat.

Berikut adalah tabel luas lahan responden usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai.

Tabel 12. Luas Lahan Responden

No	Luas Lahan (Rante)	Jumlah (Jiwa)	Presentase (%)
1	1-3	18	86
2	4-6	3	14
Jumlah		21	100

Sumber: Data primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan data pada Tabel 12, luas lahan 1-3 Rante memiliki jumlah jiwa paling banyak yaitu sebesar 18 jiwa dengan presentase 86% dan luas lahan 4-6 memiliki jumlah jiwa yaitu sebesar 3 jiwa dengan presentase 14%.

c) Keahlian

Menurut Cicih Sutarsih (2012), Keahlian diperoleh melalui proses profesionalisasi, yang dapat dilakukan sebelum seseorang memasuki suatu profesi melalui pendidikan atau pelatihan pra-jabatan, maupun setelah menjalani profesi tersebut melalui pelatihan dalam jabatan.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, dimana Keahlian yang dimiliki oleh pemilik maupun pekerja dalam usaha pembibitan Durian Musang King di daerah penelitian tergolong sangat baik dan terbentuk melalui proses pembelajaran yang berlangsung dalam jangka waktu yang cukup lama. Sebagian besar responden memperoleh keahlian tersebut secara informal, yaitu dengan cara

mengikuti dan belajar secara langsung dari pelaku usaha pembibitan lain yang lebih dahulu beroperasi. Proses belajar ini dilakukan secara bertahap, mulai dari membantu kegiatan pembibitan, mengamati teknik budidaya, hingga memahami prosedur perawatan tanaman secara menyeluruh.

Seiring waktu, dengan semakin meningkatnya pemahaman dan keterampilan yang dimiliki, beberapa responden memutuskan untuk mandiri dan memulai usaha pembibitan mereka sendiri. Keputusan ini didasari oleh keyakinan bahwa pengalaman yang telah mereka peroleh cukup untuk menjalankan usaha secara mandiri.

Beberapa kelemahan (*Weakness*) pada usaha pembibitan Durian Musang King:

a) Manajemen Usaha

Menurut Nizamuddin *et al* (2024), Manajemen adalah suatu aktifitas yang dimulai dengan kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengkoordinasian dan pengawasan untuk mencapai tujuan organisasi dengan menggunakan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya. Jadi Manajemen adalah suatu proses untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh suatu organisasi, baik organisasi bisnis, sosial, pemerintah, maupun lainnya.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, pemilik usaha pembibitan Durian Musang King di lokasi penelitian belum memiliki manajemen yang baik terutama dalam pencatatan keuangan mengenai uang masuk dan keluar. Hal ini membuat pengelolaan keuangan mereka kurang optimal. Untuk mengatasi masalah ini, mereka berusaha meningkatkan pengetahuan melalui pembelajaran informal, seperti berdiskusi dan belajar dari sesama pelaku usaha di sekitar mereka. Upaya ini membantu mereka dalam meningkatkan keterampilan dalam budidaya

Durian Musang King.

b) Kurangnya Promosi

Menurut Indrawan *et al* (2023), Promosi memiliki peran penting dalam pemasaran, menjadikannya faktor utama dalam keberhasilan strategi pemasaran. Secara umum, promosi merupakan upaya untuk memperkenalkan dan menawarkan produk atau jasa kepada target pasar. Dalam menjalankan promosi, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan, seperti penjualan langsung, periklanan, hubungan masyarakat, serta penggunaan media.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, usaha pembibitan Durian Musang King mempromosikan produknya melalui pemasangan spanduk (Lampiran 10) dan promosi dari mulut ke mulut. Para pelaku usaha masih meyakini bahwa metode promosi tersebut cukup efektif, meskipun ada sebagian pelaku usaha lain yang telah mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, sebagian pemilik usaha mulai membuka diri terhadap penggunaan media sosial sebagai strategi promosi yang lebih luas dan efisien. Media sosial seperti Facebook memberikan kemudahan dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam, serta memungkinkan terjadinya interaksi langsung dengan calon pembeli. Melalui platform ini, pelaku usaha dapat menampilkan produk secara lebih menarik secara visual, serta membangun kepercayaan konsumen lewat ulasan dan testimoni dari pelanggan.

Namun demikian, pemanfaatan media sosial dalam kegiatan promosi pembibitan Durian Musang King masih tergolong minim. Sebagian pemilik usaha belum terbiasa atau kurang memahami penggunaan media digital, sehingga lebih

memilih metode promosi konvensional yang telah lama digunakan. Untuk mengoptimalkan potensi pemasaran, diperlukan peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam menggunakan media sosial serta teknologi digital lainnya.

c) Belum Ada Legalitas

Menurut Anton Surya Jaya, Sanusi (2022), Legalitas adalah kesesuaian dengan hukum atau peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang umumnya diawali dengan konsep atau prinsip hukum. Dengan kata lain, sesuatu dikatakan sah apabila dapat diterima dan tidak melanggar ketentuan atau batasan hukum yang ada.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan dilapangan, bahwa usaha pembibitan Durian Musang King belum memiliki legalitas karena terkendala biaya dan proses pengurusannya yang dianggap rumit serta memakan waktu. Para pelaku usaha juga kesulitan dalam memenuhi persyaratan administratif. Selain itu, terbatasnya waktu dan tenaga karena para pelaku usaha lebih fokus pada kegiatan operasional sehari-hari membuat pengurusan legalitas belum menjadi prioritas utama.

Padahal, legalitas usaha sangat penting untuk mendukung kelangsungan dan pengembangan usaha ke depan. Dengan adanya legalitas, usaha menjadi lebih terlindungi secara hukum dan memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan bantuan pemerintah, pelatihan, akses permodalan, dan kerjasama dengan pihak lain. Selain itu, legalitas dapat meningkatkan kepercayaan dari konsumen. Dalam kenyataannya, banyak calon pembeli yang menanyakan apakah usaha sudah memiliki izin resmi sebelum memutuskan untuk membeli. Jika usaha tidak memiliki legalitas, konsumen sering merasa ragu terhadap keaslian dan kualitas bibit yang ditawarkan.

2. Faktor Eksternal

Beberapa peluang (*Opportunities*) pada usaha pembibitan Durian Musang King:

a. Permintaan Pasar

Menurut Farida Yulianti, Lamsah (2019). Permintaan mengacu pada keinginan terhadap produk tertentu yang disertai dengan kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Pada waktu tertentu, tingkat permintaan pasar yang diperkirakan bisa lebih rendah, sama, atau lebih tinggi dibandingkan dengan permintaan yang sebenarnya terjadi.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan dilapangan, permintaan bibit Durian Musang King menunjukkan tren peningkatan dari tahun ke tahun, khususnya pada periode awal dan akhir tahun. Lonjakan permintaan ini umumnya disebabkan oleh berbagai proyek pemerintah maupun sektor swasta yang melakukan pembelian dalam jumlah besar untuk keperluan penghijauan, pengembangan agrowisata, serta perluasan kebun komersial. Situasi tersebut membuat para pembibit kerap mengalami kekosongan stok atau memiliki bibit yang belum mencapai usia siap jual. Akibatnya, mereka sering kali harus mengarahkan calon pembeli untuk mencari bibit di tempat lain demi memenuhi kebutuhan yang mendesak. Secara rata-rata, jumlah penjualan bibit Durian Musang King meningkat sebanyak 200 bibit setiap tahunnya, mencerminkan pertumbuhan permintaan pasar yang signifikan.

b. Peluang Kemitraan

Menurut Sa'adah (2021), Kemitraan merupakan strategi bisnis yang melibatkan dua pihak atau lebih dalam periode tertentu untuk memperoleh

keuntungan bersama, berdasarkan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Kemitraan juga dapat diartikan sebagai metode berbisnis di mana pemasok dan pelanggan bekerja sama secara erat untuk mencapai tujuan bisnis Bersama.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, kemitraan yang dijalankan oleh para pelaku usaha adalah dengan pihak pemerintah. Kemitraan ini biasanya terjadi dalam bentuk pengadaan bibit melalui proyek-proyek pemerintah. Permintaan bibit dari pemerintah umumnya pada awal dan akhir tahun anggaran, seiring dengan pelaksanaan program-program penghijauan, reboisasi, atau pengembangan tanaman hortikultura yang didanai oleh anggaran belanja pemerintah.

Dalam periode tersebut, banyak pelaku usaha pembibitan yang mendapatkan pesanan bibit Durian Musang King dalam jumlah besar untuk memenuhi kebutuhan proyek tersebut. Kemitraan ini memberikan peluang yang cukup menjanjikan, karena selain menjamin pemasaran produk, juga memberikan kepastian pembayaran dan volume permintaan yang relatif besar.

c. Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah adalah segala bentuk dukungan yang mencakup bantuan, kebijakan, peraturan, sarana, maupun langkah-langkah yang dilakukan oleh pemerintah guna mendorong, memperkuat, serta mendukung pencapaian tujuan dalam berbagai sektor, seperti pendidikan, kesehatan, ekonomi, lingkungan, pertanian, dan lain sebagainya.

Usaha pembibitan Durian Musang King di lokasi penelitian telah menerima bantuan dari pemerintah dalam bentuk alat semprot (sprayer). Bantuan ini diberikan

sebagai bentuk dukungan terhadap kegiatan pertanian, khususnya dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses pembibitan. Sprayer yang diberikan sangat bermanfaat bagi pelaku usaha, terutama dalam hal penyemprotan pestisida dan pupuk cair secara merata dan tepat sasaran pada bibit yang dibudidayakan.

Dengan adanya alat tersebut, para pelaku usaha dapat menghemat waktu dan tenaga, sekaligus meningkatkan kualitas perawatan bibit. Penggunaan sprayer juga membantu menjaga kebersihan serta meminimalkan risiko kerusakan pada tanaman akibat penyemprotan manual yang kurang efektif. Bantuan ini menunjukkan adanya perhatian dari pemerintah terhadap pengembangan sektor pertanian lokal, yang bergerak di bidang pembibitan tanaman hortikultura seperti Durian Musang King.

Beberapa ancaman (*Threat*) pada usaha pembibitan Durian Musang King:

1. Persaingan Ketat

Menurut Susanti Adi Nugroho (2014), Persaingan dalam dunia usaha adalah sesuatu yang wajar terjadi dan bahkan menjadi syarat utama dalam sistem ekonomi pasar. Persaingan tersebut dapat bersifat sehat maupun tidak sehat. Ketika persaingan usaha berlangsung secara sehat, hal ini memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha, karena mendorong mereka untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, inovasi, serta kualitas produk yang dihasilkan. Selain itu, konsumen juga diuntungkan dengan adanya persaingan usaha yang sehat, seperti penurunan harga, beragam pilihan produk, dan peningkatan kualitas barang atau jasa.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, dimana persaingan pada usaha pembibitan Durian Musang King terbilang cukup ketat, mengingat semakin banyaknya pelaku usaha yang terjun ke sektor ini seiring dengan tingginya permintaan pasar. Di lokasi penelitian, beberapa usaha pembibitan bahkan berada

dalam jarak yang berdekatan atau saling bersampingan, sehingga menimbulkan kompetisi langsung dalam hal pemasaran, harga, dan kualitas bibit yang ditawarkan kepada konsumen.

2. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Menurut Hayati & Arafah (2024), Fluktuasi harga adalah suatu dinamika yang akan terjadi selama ada interaksi di Pasar antara penjual dan pembeli, proses terjadinya fluktuasi harga Perubahan iklim tidak akan terjadi begitu saja secara alami, tentu akan dipengaruhi oleh beberapa hal seperti permintaan, penawaran, jumlah stok, dan kondisi lingkungan.

Hal ini sesuai dengan hasil pengamatan di lapangan, bahan baku yang paling sering mengalami perubahan harga adalah tanah sebagai media tanam, dengan fluktuasi harga yang umumnya terjadi pada musim hujan, yaitu pada bulan September hingga Desember. Kondisi ini diperburuk oleh lokasi lahan penambangan tanah yang berada dekat aliran sungai, sehingga rawan terkena banjir akibat curah hujan yang tinggi. Dampak dari kondisi tersebut menyebabkan harga yang semula Rp80.000 per truk meningkat menjadi Rp120.000. Selain itu, tanah yang masih basah tidak dapat langsung digunakan dalam proses produksi karena kualitasnya menurun akibat tingginya kadar air, sehingga menghambat kelancaran kegiatan produksi karena tanah yang telah dibeli perlu didiamkan terlebih dahulu hingga kering, yang pada cuaca panas memerlukan waktu sekitar 2–3 hari sebelum dapat digunakan.

3. Perubahan Iklim

Perubahan iklim merupakan pergeseran pola cuaca jangka panjang yang terjadi secara global. Dampak dari perubahan iklim ini bersifat luas dan

memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia serta lingkungan. Berbagai penelitian oleh para ahli menunjukkan bahwa selain berdampak langsung pada lingkungan, perubahan iklim juga berpengaruh terhadap sektor kesehatan, ekonomi, dan sosial. Selain itu, fenomena ini memiliki konsekuensi global yang dapat memengaruhi keberlangsungan kehidupan di Bumi (Putri Setiani, 2020).

Perubahan iklim menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi keberhasilan usaha pembibitan Durian Musang King. Salah satu dampak nyata dari perubahan iklim adalah kondisi cuaca yang tidak menentu, seperti curah hujan yang tinggi dan berlangsung dalam jangka waktu lama. Curah hujan yang berlebihan dapat menciptakan kondisi lingkungan yang kurang ideal bagi pertumbuhan bibit durian, karena kelembapan yang tinggi dapat memicu serangan penyakit, khususnya jamur. Bibit durian yang masih muda sangat rentan terhadap penyakit akibat kondisi tersebut, yang ditandai dengan munculnya gejala seperti daun menguning atau mengering, serta permukaan daun yang berubah menjadi cokelat.

Untuk mengatasi dampak negatif dari curah hujan yang berlebihan, para pelaku usaha pembibitan biasanya melakukan penyiraman ulang setelah hujan reda. Tindakan ini bertujuan untuk mengurangi kadar keasaman (pH) yang ditinggalkan oleh air hujan pada media tanam, karena air hujan cenderung bersifat asam dan dapat merusak kesehatan tanaman apabila tidak segera dinetralsisir. Penyesuaian dalam teknik budidaya dan perawatan tanaman ini menjadi langkah penting agar bibit tetap tumbuh optimal meskipun di tengah kondisi iklim yang tidak stabil.

2. Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King

Evaluasi Faktor Internal dan Eksternal

Tabel 13. Matriks Penggabungan IFE dan EFE

No	Indikator	Bobot	Rating	Skor
1	<i>Strength</i> (Kekuatan)	0,51	54,1	1,32
2	<i>Weakness</i> (Kelemahan)	0,49	51,6	1,20
	Total	1,00	105,7	2,52
	Selisih Kekuatan - Kelemahan			0,12
3	<i>Opportunity</i> (Peluang)	0,50	49,6	1,18
4	<i>Threat</i> (Ancaman)	0,50	50,3	1,21
	Total	1,00	100,0	2,39
	Selisih Peluang - Ancaman			-0,04

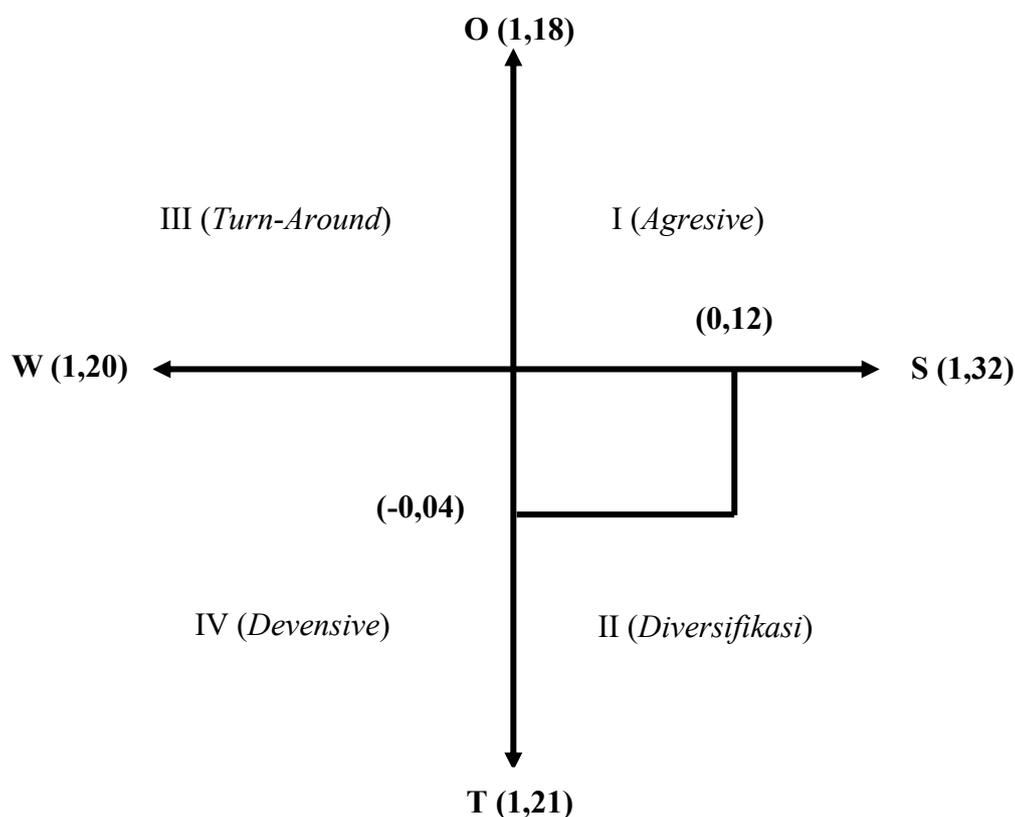
Sumber: Data Primer setelah diolah, 2025.

Berdasarkan tabel 13, diperoleh bahwa total nilai faktor internal sebesar 2,52, yang terdiri dari nilai kekuatan sebesar 1,32 dan nilai kelemahan sebesar 1,20. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan usaha pembibitan Durian Musang King lebih dominan dibandingkan kelemahannya, dengan selisih sebesar 0,12. Sementara itu, total nilai faktor eksternal sebesar 2,39, yang terdiri dari nilai peluang sebesar 1,18 dan nilai ancaman sebesar 1,21. Selisih antara peluang dan ancaman menunjukkan nilai negatif sebesar -0,04, yang mengindikasikan bahwa ancaman dari lingkungan eksternal lebih besar dibandingkan peluang yang dimiliki.

Kuadran SWOT

Setelah menghitung bobot dan rating pada setiap faktor internal maupun eksternal, analisis dilanjutkan dengan matriks posisi. Matriks ini digunakan untuk mengevaluasi strategi pemasaran usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada. Dari tabel yang disajikan, dapat disimpulkan bahwa kekuatan yang dimiliki lebih besar dibandingkan dengan kelemahan, meskipun ancaman yang dihadapi juga cukup signifikan. Oleh karena itu, strategi yang disarankan adalah memanfaatkan kekuatan yang ada untuk mengatasi ancaman

tersebut. Berdasarkan tabel tersebut, diperoleh angka $X > 0$ sebesar 0,12 dan angka $Y < 0$ sebesar -0,04. keberadaan titik koordinatnya bisa diperhatikan di *koordinat cartesius* dibawah:



Gambar 3. Posisi Matriks SWOT

Berdasarkan Gambar 3, hasil analisis menunjukkan bahwa total skor faktor internal (IFE) adalah 2,52, terdiri dari kekuatan sebesar 1,32 dan kelemahan sebesar 1,20. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan usaha lebih besar dibandingkan kelemahannya, dengan selisih 0,12. Sementara itu, skor faktor eksternal (EFE) sebesar 2,39, yang terdiri dari peluang 1,18 dan ancaman 1,21, menunjukkan selisih -0,04, artinya ancaman lebih dominan dibanding peluang. Berdasarkan koordinat ($X = 1,12$; $Y = -0,04$), posisi usaha berada pada Kuadran II dalam Matriks Grand Strategy. Kuadran ini menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan internal yang

baik namun menghadapi tantangan eksternal yang cukup tinggi. Menurut Nainggolan *et al* (2021), Matriks Grand Strategy digunakan untuk menentukan strategi alternatif yang sesuai dengan posisi usaha agar tetap mampu bersaing. Matriks grand strategy ini merupakan alat perumusan strategi alternatif yang digunakan untuk menempatkan posisi suatu usaha.

Maka dapat disimpulkan bahwa usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada terdapat pada Kuadran II menggunakan Strategi *Diversifikasi*. Kondisi pada Kuadran II ini adalah kondisi di mana usaha memiliki kekuatan yang cukup besar, namun dihadapkan pada ancaman eksternal yang cukup kuat. Dengan demikian, strategi yang cocok adalah menggunakan kekuatan internal untuk mengatasi atau meminimalkan ancaman yang ada.

Menurut Raming & Rut (2021), Diversifikasi produk adalah strategi perusahaan dalam menawarkan berbagai pilihan barang maupun jasa dengan variasi jenis, ukuran, tampilan, dan fungsi, yang disesuaikan dengan kebutuhan serta selera masyarakat yang beragam. Strategi ini bertujuan meningkatkan penjualan sekaligus mendukung pencapaian tujuan bisnis secara keseluruhan. Salah satu bentuk dari strategi ini adalah diversifikasi yang terkonsentrasi (*concentric diversification strategy*), di mana produk-produk baru yang dikembangkan memiliki keterkaitan dalam hal pemasaran atau teknologi dengan produk yang sudah ada sebelumnya. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau konsumen baru dengan menawarkan variasi produk yang masih berada dalam lingkup keahlian atau pasar yang sama. Dengan demikian, perusahaan dapat memperluas pasar tanpa harus keluar dari inti bisnis utamanya.

Berikut beberapa kategori produk yang dipasarkan oleh usaha pembibitan

Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai sebagai Berikut:



Produk 1



Produk 2



Produk 3

Produk pertama yang dihasilkan oleh usaha pembibitan durian Musang King adalah bibit durian yang telah memasuki fase pertumbuhan awal, dengan spesifikasi penanaman dalam polybag berukuran 12 x 10 cm dan tinggi tanaman sekitar 15–20 cm. Bibit ini dipasarkan dengan harga Rp 1.300 per bibit, menjadikannya produk yang ekonomis dan menarik bagi konsumen yang membutuhkan bibit dalam jumlah besar.

Konsumen utama untuk produk ini adalah pelaku usaha sejenis yang tidak memulai proses dari tahap awal (kecambah) karena keterbatasan sumber daya tenaga kerja, waktu, atau keahlian teknis. Konsumen dari kalangan ini lebih memilih untuk memperoleh bibit dalam kondisi setengah jadi guna menghemat biaya operasional dan mempercepat proses produksi.

Proses pembibitan dari biji hingga tahap pasca-sambung pucuk memerlukan penanganan yang ekstra, karena pada tahap ini bibit sangat rentan terhadap berbagai masalah seperti kerusakan batang, pembusukan jaringan tanaman, dan serangan penyakit daun. Oleh sebab itu, banyak pelaku usaha memilih untuk mengurangi

risiko kegagalan dengan membeli bibit yang sudah melewati fase kritis tersebut dari pembibit yang lebih berpengalaman.

Produk kedua yang ditawarkan oleh usaha pembibitan durian Musang King adalah bibit yang telah memasuki fase pertumbuhan lanjutan. Bibit ini ditanam dalam polybag berukuran 25 x 22 cm, dengan tinggi tanaman sekitar 40 cm. Ukuran dan kondisi tanaman yang lebih matang menjadikan produk ini termasuk dalam kategori bibit siap tanam.

Bibit ini dipasarkan dengan harga Rp 7.000 per bibit untuk pembelian dalam jumlah kecil. Namun, untuk pembelian dalam jumlah besar, harga dapat diturunkan menjadi Rp 5.000 per bibit. Strategi harga ini diterapkan untuk menyesuaikan dengan karakteristik konsumen yang berbeda. Adapun konsumen utama untuk pembelian dalam jumlah besar umumnya berasal dari lembaga pemerintah, khususnya instansi yang menjalankan program bantuan atau pengembangan pertanian. Produk ini merupakan salah satu jenis bibit yang paling sering dipesan dalam volume besar oleh pemerintah, karena dianggap telah mencapai standar minimal untuk kegiatan penanaman massal, seperti program reboisasi atau pemberdayaan petani.

Produk ketiga yang disediakan oleh usaha pembibitan durian Musang King merupakan bibit dengan tingkat kematangan tertinggi di antara semua kategori produk yang ditawarkan. Bibit ini telah melalui fase pertumbuhan lanjutan dan ditanam dalam polybag berukuran 40 x 35 cm, dengan tinggi tanaman mencapai sekitar 1 meter. Dengan ukuran dan umur tanaman yang lebih matang, bibit ini diklasifikasikan sebagai bibit siap tanam, artinya sudah cukup kuat untuk dipindahkan ke lahan tetap dan langsung ditanam di kebun. Kondisi ini menjadikan

produk ini sangat cocok bagi konsumen yang ingin mempercepat proses penanaman dan tidak memiliki waktu untuk membesarkan bibit dari fase awal.

Harga yang ditetapkan untuk produk ini adalah Rp 15.000 per bibit, sebanding dengan nilai tambah yang ditawarkan, yakni dari segi kematangan tanaman, penghematan waktu, dan keberhasilan tumbuh di lahan. Produk ini biasanya diminati oleh konsumen yang memiliki lahan tanam dalam skala kecil hingga menengah, serta oleh instansi atau kelompok tani yang menginginkan bibit siap tanam tanpa harus melalui tahapan pembesaran terlebih dahulu. Selain itu, karena lebih tahan terhadap stres pindah tanam, bibit ini juga dianggap lebih efisien dan memiliki potensi tumbuh yang lebih tinggi di lapangan.

Matriks SWOT

Tabel 14. Matriks SWOT

	STRENGTHS (S)	WEAKNESS (W)
IFE	1. Modal	1. Manajemen usaha
EFE	2. Luas Lahan	2. Kurangnya Promosi
	3. Keahlian	3. Belum Ada Legalitas
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI (SO)	STRATEGI (WO)
1. Permintaan Pasar	1. Memanfaatkan modal besar untuk memenuhi permintaan pasar.	1. Tingkatkan promosi digital untuk memperluas pasar.
2. Peluang Kemitraan	2. Memanfaatkan luas lahan untuk meningkatkan jumlah produksi.	2. Tingkatkan Pendidikan melalui pengetahuan dari sosial media dan mencatat pemasukan dan pengeluaran agar usaha menjadi efisien.
3. Dukungan Pemerintah	3. Gunakan keahlian untuk meningkatkan kualitas bibit agar daya beli konsumen naik.	3. Mendaftarkan bibit agar mendapatkan legalitas untuk menarik daya beli konsumen.
THREATS (T)	STRATEGI (ST)	STRATEGI (WT)
1. Persaingan Ketat	1. Gunakan keahlian untuk menjaga kualitas bibit agar mampu bersaing.	1. Meningkatkan pengetahuan dari media sosial untuk mencari konsumen agar daya beli konsumen meningkat.
2. Fluktuasi harga bahan baku	2. Gunakan Modal untuk memperbaiki ketahanan terhadap fluktuasi harga bahan baku.	2. Membuat legalitas bibit agar konsumen tidak ragu dengan nasal usul bibit.
3. Perubahan Iklim	3. Optimalkan penggunaan lahan terhadap perubahan iklim.	3. Mencari informasi dengan pembibit lain serta dari media social untuk meminimalisir resiko dari gagal nya produksi akibat perubahan iklim.

Strategi ST

Menurut Nainggolan *et al* (2021), seluruh skor dari masing-masing responden atau unit usaha dapat digabungkan dengan cara menjumlahkan atau merata-ratakan bobot dan rating pada setiap faktor. Langkah ini bertujuan untuk menghasilkan satu

profil SWOT gabungan yang mewakili kondisi secara keseluruhan. Dengan demikian, strategi yang dirumuskan tidak hanya berdasarkan pada satu unit usaha saja, tetapi mencerminkan kondisi umum dari seluruh kelompok atau komunitas usaha. Pendekatan ini memungkinkan perumusan satu strategi kolektif yang relevan bagi semua pihak. Strategi tersebut akan mencerminkan kecenderungan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara menyeluruh. Hasilnya, strategi yang dipilih dapat diterapkan secara bersama untuk menghadapi tantangan eksternal dan mengoptimalkan potensi internal.

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan serta perhitungan IFE dan EFE, diperoleh bahwa skor IFE lebih tinggi dibandingkan skor EFE. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi yang paling tepat adalah strategi ST, yaitu strategi yang memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk mengatasi ancaman dari lingkungan eksternal. Dengan demikian, strategi ini direkomendasikan untuk diterapkan pada usaha pembibitan Durian Musang King.

a. Gunakan modal untuk menghadapi persaingan

Modal yang dimiliki pelaku usaha pembibitan Durian Musang King sangat penting untuk menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat. Modal tidak hanya digunakan untuk membiayai kegiatan operasional sehari-hari, tetapi juga bisa dimanfaatkan untuk menciptakan keunggulan dibandingkan pesaing. Salah satu caranya adalah dengan meningkatkan kualitas bibit, baik dari segi pemilihan bahan tanam, media tanam, maupun peralatan yang digunakan. Bibit yang berkualitas tentu akan lebih diminati oleh konsumen dan dapat memperkuat posisi usaha di pasar.

Selain untuk meningkatkan kualitas bibit, modal juga bisa digunakan untuk memperluas promosi, terutama lewat media sosial dan platform online lainnya. Dengan promosi digital yang aktif dan terencana, usaha pembibitan dapat dikenal oleh lebih banyak orang, tidak hanya di sekitar lokasi usaha, tetapi juga dari daerah lain. Hal ini menjadi penting karena persaingan usaha semakin tinggi, sehingga pelaku usaha perlu tampil lebih unggul dan dikenal luas.

Strategi ini juga menekankan pentingnya memberikan nilai tambah kepada konsumen, seperti layanan konsultasi budidaya, jaminan keberhasilan pertumbuhan bibit, serta kemasan produk yang menarik. Dengan cara ini, konsumen akan merasa lebih percaya dan puas, yang pada akhirnya dapat meningkatkan loyalitas mereka. Melalui pemanfaatan modal yang tepat sasaran, pelaku usaha tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan, tetapi juga dapat memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, dan menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

- b. Gunakan modal untuk memperbaiki ketahanan terhadap fluktuasi harga bahan baku

Perubahan harga bahan baku yang tidak menentu sering menjadi tantangan bagi para pelaku usaha. Kondisi ini bisa mengganggu jalannya produksi dan membuat biaya operasional menjadi tidak stabil, sehingga keuntungan bisa menurun. Untuk mengatasi hal tersebut, penting bagi pelaku usaha untuk mengelola modal dengan bijak. Salah satu cara yang bisa dilakukan adalah membeli bahan baku dalam jumlah besar ketika harganya sedang murah. Selain itu, mencari pemasok lain yang menawarkan harga lebih terjangkau juga bisa menjadi solusi. Pilihan lainnya adalah menggunakan bahan baku pengganti yang

harganya lebih murah, asalkan kualitas produk tetap terjaga. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, usaha bisa terus berjalan dengan baik dan biaya produksi tetap bisa dikendalikan.

c. Gunakan modal untuk menjaga bibit dari perubahan iklim

Iklim yang berubah, misalnya curah hujan yang lebat dan tidak teratur bisa menyebabkan bibit durian rentan terserang penyakit, terutama jamur yang muncul akibat kelembaban berlebihan. Untuk mengatasi hal ini, pelaku usaha dapat memanfaatkan modal yang dimiliki untuk memperbaiki fasilitas pendukung pembibitan, misalnya dengan membangun rumah pelindung (greenhouse) sederhana, memasang paranet, dan membuat saluran pembuangan air (drainase) agar air tidak menggenang di sekitar tanaman.

Selain itu, modal juga bisa digunakan untuk membeli alat semprot (sprayer) dan obat-obatan seperti fungisida, yang berguna untuk mencegah serangan hama dan penyakit akibat cuaca ekstrem. Penggunaan media tanam yang tepat serta sistem penyiraman yang dapat dikontrol juga sangat membantu menjaga kondisi tanaman agar tetap sehat. Dengan cara ini, pelaku usaha dapat menyesuaikan diri terhadap perubahan iklim, menjaga kualitas bibit, dan mempertahankan jumlah produksi. Oleh karena itu, penggunaan modal secara efektif sangat penting agar usaha pembibitan tetap berjalan lancar meskipun menghadapi perubahan cuaca yang tidak menentu.

d. Gunakan luas lahan untuk mengatasi persaingan

Dengan memanfaatkan lahan yang dimiliki secara maksimal, pelaku usaha dapat meningkatkan kapasitas produksinya sehingga mampu memenuhi permintaan pasar yang besar dan memperkuat posisi di tengah persaingan. Selain

itu, luas lahan yang memadai memungkinkan pengembangan berbagai jenis komoditas dan penerapan sistem pertanian terpadu yang dapat meningkatkan efisiensi dan hasil produksi. Upaya ini tidak hanya meningkatkan jumlah produksi, tetapi juga memberikan nilai tambah serta keunggulan kompetitif dibandingkan pelaku usaha lain yang memiliki lahan terbatas. Oleh karena itu, pengelolaan lahan secara optimal menjadi strategi penting untuk mempertahankan keberlanjutan dan daya saing usaha di pasar.

e. Gunakan luas lahan untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku

Dengan memanfaatkan lahan yang dimiliki secara maksimal, pelaku usaha dapat menghasilkan sebagian besar bahan baku secara mandiri untuk proses produksinya. Hal ini membuat usaha tidak terlalu bergantung pada pemasok luar yang harganya sering berubah-ubah. Dengan mengurangi ketergantungan tersebut, pelaku usaha bisa mengendalikan biaya produksi agar tetap stabil walaupun harga bahan baku di pasar berfluktuasi. Selain itu, pengelolaan lahan yang baik juga dapat meningkatkan hasil produksi dan memungkinkan diversifikasi produk. Kondisi ini membuat usaha menjadi lebih kuat dan mampu menghadapi ketidakpastian harga bahan baku serta persaingan yang semakin ketat.

f. Optimalkan penggunaan lahan terhadap perubahan iklim

Perubahan iklim yang tidak menentu dapat memengaruhi hasil budidaya. Oleh karena itu, lahan harus digunakan sebaik mungkin, misalnya memilih tempat tanam yang sesuai, memakai sistem irigasi yang efisien, dan menerapkan metode tanam yang tahan terhadap kondisi cuaca. Ini akan membantu mengurangi risiko gagal panen akibat cuaca ekstrim.

g. Gunakan keahlian untuk menjaga kualitas bibit agar mampu bersaing

Keahlian dalam membudidayakan bibit adalah salah satu faktor kunci yang sangat penting dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Kemampuan teknis yang dimiliki oleh pelaku usaha memungkinkan diterapkannya metode budidaya yang tepat dan efektif. Hal ini mencakup pemilihan indukan unggul yang memiliki sifat genetik berkualitas, perawatan media tanam yang sesuai dengan kebutuhan tanaman atau komoditas yang dibudidayakan, serta menerapkan upaya pencegahan terhadap serangan hama maupun penyakit. Proses budidaya yang dilakukan secara optimal akan menghasilkan bibit yang sehat dan berkualitas tinggi. Bibit yang unggul ini pada akhirnya akan berdampak pada kualitas akhir produk, menjadikannya lebih kompetitif di pasaran. Selain itu, produk yang dihasilkan dari bibit berkualitas juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen, yang merupakan aspek penting dalam menjaga keberlanjutan usaha.

h. Gunakan keahlian untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku

1) Keahlian dalam budidaya

Keahlian yang dimiliki oleh pelaku usaha dalam hal teknik budidaya, yang diperoleh melalui pembelajaran langsung dari pembibit lain serta pengalaman di lapangan, dapat dimanfaatkan untuk mengatasi fluktuasi harga bahan baku seperti entres, media tanam (tanah dan sekam), serta pupuk. Dengan keterampilan tersebut, pelaku usaha mampu memilih alternatif bahan baku yang lebih ekonomis tanpa mengorbankan kualitas produksi.

2) Keahlian manajemen

Keahlian yang dimiliki pelaku usaha memungkinkan mereka untuk

mengatur waktu pembelian bahan baku secara lebih efisien, dengan strategi membeli dalam jumlah besar saat harga sedang rendah dan menyimpannya untuk digunakan saat harga naik. Selain itu, pelaku usaha yang memiliki pengetahuan teknis mampu mengombinasikan media tanam dengan bahan-bahan lokal yang lebih ekonomis, namun tetap mendukung pertumbuhan bibit secara optimal. Dengan penerapan strategi ini, pelaku usaha dapat menekan biaya produksi sekaligus menjaga kestabilan harga jual bibit di pasar.

i. Optimalkan keahlian terhadap perubahan iklim

Untuk menghadapi perubahan iklim, pelaku usaha dapat memanfaatkan keahlian mereka dengan melakukan penyesuaian dalam proses budidaya. Penyesuaian tersebut meliputi pengaturan waktu tanam dan panen yang disesuaikan dengan kondisi cuaca guna menghindari kerugian akibat cuaca ekstrem, pemilihan varietas bibit yang memiliki ketahanan terhadap kondisi iklim tertentu. Selain itu, kemampuan dalam melakukan pemantauan cuaca secara berkala juga menjadi aspek penting dalam merencanakan kegiatan produksi secara lebih tepat. Melalui pendekatan-pendekatan tersebut, pelaku usaha dapat meminimalkan dampak negatif dari perubahan iklim, sekaligus menjaga stabilitas produktivitas dan kualitas hasil usaha secara berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Strategi Pemasaran Usaha Pembibitan Durian Musang King Di Kelurahan Kebun Lada Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai disimpulkan bahwa:

1. Faktor internal usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada mencakup kekuatan seperti modal, luas lahan, dan keahlian, serta kelemahan berupa manajemen usaha, kurangnya promosi, dan belum ada legalitas. Faktor eksternal meliputi peluang berupa permintaan pasar, peluang kemitraan, dan dukungan pemerintah, serta ancaman berupa persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan iklim.
2. Usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada, Kecamatan Binjai Utara, Kota Binjai, menggunakan strategi ST (Strengths–Threats), yaitu memanfaatkan kekuatan internal untuk mengatasi ancaman eksternal. Strategi ini dipilih karena kondisi penelitian menunjukkan bahwa usaha memiliki kekuatan yang cukup besar, namun juga menghadapi ancaman dari luar yang cukup tinggi.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang penulis sampaikan kepada beberapa pihak yaitu:

1. Kepada usaha pembibitan Durian Musang King di Kelurahan Kebun Lada, disarankan untuk perlu memperluas promosi melalui media sosial, marketplace, dan platform digital lain untuk meningkatkan jangkauan pemasaran dan menarik lebih banyak konsumen.

2. Kepada pemerintah Kota Binjai, diharapkan untuk lebih sering melakukan penyuluhan dan pelatihan bagi para pelaku usaha pembibitan dan petani durian di Kelurahan Kebun Lada. Penyuluhan yang berkaitan dengan teknik manajemen usaha yang baik, serta pemasaran berbasis digital akan meningkatkan kualitas dan daya saing produk.
3. Kepada peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti mengenai perilaku konsumen, efektivitas media promosi digital, dan analisis bauran pemasaran (*marketing mix*), untuk memberikan gambaran strategi pemasaran yang lebih lengkap.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Setiadi, dan Titik Ekowati, M. R. T. R. (2024). Analisis Profitabilitas Usahatani Pembibitan Tanaman Durian Di CV. Alam Lestari Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang. *Agromedia: Berkala Ilmiah Ilmu-Ilmu Pertanian*, 42(1), 94–107. <https://doi.org/10.47728/ag.v42i1.470>
- Anton Surya Jaya, Sanusi, T. V. W. (2022). *Legalitas Cryptocurrency di Indonesia* (N. Khasanah (ed.)). PT Nasya Expanding Management.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Belanja, P., Apbd, D., & Padang, K. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Bibit Unggul Durian Bintana (*Durio Zibethinus*) Di Upt . Bih Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan. 10(1).
- Cicih Sutarsih. (2012). *Etika Profesi*. Direktorat Jenderal Pendidikan Islam, Kementerian Agama RI.
- Dambe, J. (2024). Strategi Pemasaran Bibit Kakao Di Desa Mapilli Barat Kabupaten Polewali Mandar. 9, 165–171.
- David, F. R. (2011). *Strategic Management Concepts And Cases* (S. Yagan (ed.)).
- Dr. Ir. M. Luthfi Rayes. (2006). *Metode Inventarisasi Sumber Daya Lahan*. Andi Publisher.
- Farida Yulianti, Lamsah, periyadi. (2019). *Manajemen Pemasaran*. CV Budi Utama.
- Fatimah, F. N. D. (2016). *Teknik Analisis Swot*. Anak Hebat Indonesia.
- Hanafi, I., Hubeis, A. V. S., & Raharja, S. (2019). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk Suku Cadang Otomotif dan Elekonik Berbahan Karet di PT BesQ Sarana Abadi. *Manajemen IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 167–174. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.167-174>
- Hasibuan, L. A., Indra, S. B., & Anzitha, S. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Penangkar Bibit Durian (*Durio zibethinus*) pada CV. Karya Tani Mandiri di Kabupaten Langkat. *Jurnal Inovasi Penelitian (JIP)*, 3(12), 7995–8002.
- Hayati, H., & Arafah, M. (2024). Pengaruh Fluktuasi Harga Terhadap Daya Beli Pedagang Sembako Muslim Di Pasar Palakka Kab. Bone. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan Syariah (Jurnal Akunsyah)*, 3(2), 25–40.

<https://doi.org/10.30863/akunsyah.v3i2.5487>

- Hermlyina, C., Prasekti, Y. H., & Roidah, I. S. (2020). Analisis Pendapatan Usaha Pembibitan Sengon di Desa Kedunglurah Kecamatan Pogalan Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Agrinika : Jurnal Agroteknologi Dan Agribisnis*, 4(2), 119. <https://doi.org/10.30737/agrinika.v4i2.1088>
- I Gusti Ngurah Alit Wiswata, I Gusti Ayu Ari Agumh, I. M. T. (2018). Analisis Swot (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha) (K. Sumantra, I. (ed.)). Universitas Mahasaraswati Pres.
- Kurniawan, A., Kusumaningru, A., & Widiyantono, D. (2023). Strategi Pemasaran Bibit Kelengkeng di CV Mekar Tani Kabupaten Purworejo. 12(2), 314–329.
- Mauliddiyah, N. L. (2021). Strategi Pemasaran Bibit Durian Kelompok Tani Maju Makmur Kabupaten Banyumas. 9(4), 6.
- Moch. Falcha Omar Ali, Harsono Teguh, Rina Dewi, Diana Zuhro, & Sutini Sutini. (2024). Manajemen Pemasaran Outlet Cuci Sepatu Ngumbah Shoes. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 161–181. <https://doi.org/10.30640/abdimas45.v3i1.2365>
- Mohamad Gita Indrawan, Hendrik Permana, Daris Purba, Selvi Yona Sari, Yosi Puspita Sari, Rio Rahmat Yusran, Nanda Harry Mardika, Raymond, Dian Lestari Siregar, Desi Permata Sari, D. S. (2023). Manajemen Pemasaran Modern (H. Herman (ed.)). CV.Gita Lentera.
- Muhammad Arifin Fattah. (2022). Analisis Pemasaran Bibit Mangga Arumanis (*Mangifera indica* L.) Studi Kasus Desa Tino Kecamatan Tarowan Kabupaten Jeneponto. 9, 356–363.
- Nainggolan, H. L., Gulo, C. K., Waruwu, W. S. S., Egentina, T., & Manalu, T. P. (2021). Strategi Pengelolaan Usahatani Kelapa Sawit Rakyat Masa Pandemi Covid-19 di Kecamatan STM Hilir Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia. *Agro Bali : Agricultural Journal*, 4(2), 260–275. <https://doi.org/10.37637/ab.v4i2.724>
- Nizamuddin, S., Kurniawan, B., & SUBhan, M. (2024). Perencanaan Dalam Ilmu Pengantar Manajemen Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Journal Of Student Research (JSR)*, 2(1), 106–120.
- Nurindah Fitria. (2024). Panduan Lengkap Analisis Swot Langkah Praktis Agar Bisnismu Tidak Mudah Gagal.
- Pratiwi, L. F. L., Rosyid, A. H. Al, & Kafiya, M. (2020). Manajemen Usahatani: Studi Kasus Pertanian Pesisir Pantai. Lintang Pustaka Utama Yogyakarta Karangjati Rt 19, Rw 042, Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta.

- Putri Setiani. (2020). Sains Perubahan Iklim (Lia Inarotut Darojah (ed.)). PT Bumi Aksara.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Raming, P. R., & Rut, W. M. (2021). Pengaruh Strategi Diversifikasi Produk Olahan Kelapa Terhadap Volume Penjualan Di Desa Sonsilo. *Jurnal MABP*, 3(2).
- Rangkuti, F. (2016). Analisis Swot: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2021). Analisis Swot Sebagai Penyusunan Strategi Organisasi. In Analisis Swot sebagai penyusunan strategi organisasi. CV.Bintang Surya Madani.
- Rohmad dan Siti Sarah. (2021). Pengembangan Instrumen Angket (Ali Murtad). K-Media.
- Sa'adah, S. R. H. dan L. (2021). Perkembangan Kemitraan Pelaku Usaha (Lailatus (ed.)).
- Sari, V. K., Rosdiana, E., & Asmono, S. L. (2021). Analisis Klaster Durian (*Durio Zibethinus Murr.*) Unggul Lokal Di Kabupaten Jember Dan Banyuwangi. *Jurnal Agroteknologi*, 11(2), 53. <https://doi.org/10.24014/ja.v11i2.9056>
- Suciati, R., Utami, K., & Jaya, B. P. M. (2021). Analisa Swot Strategi Digitalisasi pada Era New Normal untuk Pertumbuhan Ekonomi di Sumatera, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Aset*, 23(1), 63–83. <https://doi.org/10.37470/1.23.1.178>
- Sugiyono, P. D. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Sutopo). CV. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). Metodologi Penelitian. Pustakabarupress.
- Susanti Adi Nugroho. (2014). Hukum Persaingan Usaha di Indonesia. Prenadamedia Group.
- Wijayati, H. (2019). Panduan Analisis Swot Untuk Kesuksesan Bisnis. Anak Hebat Indonesia.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

STRATEGI PEMASARAN USAHA PEMBIBITAN DURIAN MUSANG KING DI KELURAHAN KEBUN LADA KECAMATAN BINJAI UTARA KOTA BINJAI

Kepada Yth:

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh,

Bersamaan ini saya memohon maaf karena telah mengganggu kesibukan bapak/ibu/saudra/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban dari kuisisioner ini akan digunakan sebagai data penelitian skripsi. Atas bantuan dan perhatian bapak/ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

I. Karakteristik Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

Usia :

Pendidikan Terakhir :

Jumlah tanggungan :

Petunjuk Umum:

1. Pengisian kuisisioner dilakukan secara tertulis oleh responden
2. Jawaban merupakan pendapat pribadi dari masing-masing responden

3. Dalam pengisian kuesioner, responden diharapkan untuk melakukan secara langsung (tidak menunda) untuk menghindari ketidak konsistenan atas jawaban.
4. Responden berhak untuk menambahkan atau mengurangi hal-hal yang tercantum dalam kuesioner ini, memiliki pandangan berbeda dengan responden lainnya atau dengan peneliti. Hal ini dibenarkan jika dilengkapi dengan alasan yang kuat.

II. Pertanyaan Responden

Indikator Kekuatan

Pertanyaan Modal

1. Apakah usaha anda kekurangan modal?

Jawab:

2. Berapa total modal awal yang Anda keluarkan untuk memulai usaha pembibitan durian musang king?

Jawab:

3. Sumber modal yang anda gunakan dalam usaha pembibitan durian musang king berasal dari mana?

Jawab:

4. Apakah modal yang Anda miliki saat ini cukup untuk memenuhi kebutuhan operasional usaha pembibitan?

Jawab:

5. Ketika Anda memerlukan tambahan modal, sumber pendanaan mana yang akan Anda pilih?

Jawab:

Pertanyaan Luas Lahan

1. Berapakah luas lahan yang Anda gunakan untuk usaha pembibitan durian Musang King?

Jawab:

2. Bagaimana status kepemilikan lahan yang Anda gunakan untuk usaha pembibitan adalah?

Jawab:

3. Apakah luas lahan yang Anda miliki saat ini mencukupi untuk kebutuhan usaha pembibitan?

Jawab:

4. Apakah Anda berencana untuk memperluas lahan usaha pembibitan dalam waktu dekat?

Jawab:

5. Jika ingin memperluas lahan usaha pembibitan, apa yang anda lakukan untuk mendapatkan tambahan lahan?

Jawab:

Pertanyaan Keahlian

1. Seberapa lama Anda telah berkecimpung dalam usaha pembibitan durian Musang King?

Jawab:

2. Apakah ada pelatihan atau bimbingan terkait teknik pembibitan durian Musang King?

Jawab:

3. Apakah Anda memanfaatkan sumber daya online, seperti video tutorial atau artikel, untuk meningkatkan keterampilan?

Jawab:

4. Bagaimana cara Anda meningkatkan keahlian dalam usaha pembibitan durian Musang King?

Jawab:

5. Seberapa besar peran keahlian dalam menentukan keberhasilan usaha pembibitan durian Musang King?

Jawab:

Indikator Kelemahan

Pertanyaan Manajemen Usaha

1. Apa pendidikan terakhir yang Anda selesaikan?

Jawab:

2. Apakah Anda pernah belajar tentang pertanian disekolah?

Jawab:

3. Apakah tingkat pendidikan seseorang mempengaruhi kemampuan dalam mengelola usaha bibit durian Musang King?

Jawab:

4. Apakah Anda mencatat informasi penting tentang usaha Anda, seperti jumlah bibit, biaya produksi, harga jual, dan omzet?

Jawab:

5. Apakah Anda merasa pendidikan formal memberikan bantuan dalam memahami teknik-teknik pembibitan durian Musang King?

Jawab:

Pertanyaan kurangnya promosi

1. Apakah Anda merasa kesulitan dalam menarik pelanggan baru karena minimnya promosi?

Jawab:

2. Apakah pelanggan lebih banyak berasal dari rekomendasi mulut ke mulut dibandingkan dari promosi aktif?

Jawab:

3. Apakah Anda sudah mencoba memasarkan bibit melalui media sosial atau marketplace online?

Jawab:

4. Apakah pemasaran secara offline seperti spanduk, brosur, dan jaringan lokal masih efektif untuk usaha Anda?

Jawab:

5. Apakah platform digital seperti media sosial (Facebook, Instagram, TikTok) penting untuk digunakan dalam promosi?

Jawab:

Pertanyaan Belum ada Legalitas

1. Mengapa usaha pembibitan durian Musang King ini belum memiliki sertifikasi resmi dari lembaga terkait?

Jawab:

2. Apakah Anda merasa bahwa proses pengurusan sertifikasi terlalu rumit?

Jawab:

3. Apakah biaya pengurusan sertifikasi tergolong mahal untuk usaha Anda?

Jawab:

4. Apakah konsumen pernah menanyakan tentang legalitas atau sertifikasi bibit Anda?

Jawab:

5. Apakah Anda pernah mencoba mengurus sertifikasi pembibitan?

Jawab:

Indikator Peluang

Pertanyaan Permintaan Pasar

1. Apakah permintaan bibit meningkat?

Jawab:

2. Apakah permintaan bibit lebih tinggi pada musim tertentu atau stabil sepanjang tahun?

Jawab:

3. Bagaimana kondisi pasar saat ini dibandingkan dengan awal Anda memulai usaha pembibitan?

Jawab:

4. Apakah mayoritas pelanggan Anda berasal dari petani individu, kelompok tani, atau perusahaan besar?

Jawab:

5. Seberapa besar kontribusi permintaan dari pembeli lokal dibandingkan dengan pembeli dari luar daerah?

Jawab:

Pertanyaan Peluang Kemitraan

1. Pihak mana yang saat ini menjalin kemitraan dengan usaha Anda?

Jawab:

2. Apakah Anda aktif mencari peluang kemitraan untuk mendukung pengembangan usaha Anda?

Jawab:

3. Apakah Anda setuju bahwa kemitraan dengan pihak luar dapat meningkatkan daya saing usaha Anda?

Jawab:

4. Apakah Anda meyakini bahwa menjalin kemitraan merupakan salah satu strategi yang efektif untuk pertumbuhan usaha?

Jawab:

5. Apakah Anda percaya bahwa kemitraan strategis dapat membuka akses pasar yang lebih luas bagi usaha Anda?

Jawab:

Pertanyaan Dukungan Pemerintah

1. Apakah Anda pernah mendapatkan bantuan dari pemerintah untuk usaha pembibitan durian Musang King?

Jawab:

2. Bentuk bantuan seperti apa yang pernah Anda terima dari pemerintah?

Jawab:

3. Apakah Anda sering menerima bantuan dari pemerintah?

Jawab:

4. Apakah pemerintah sudah cukup aktif dalam mendukung usaha bibit durian?

Jawab:

5. Apakah Anda merasa bantuan dari pemerintah sudah merata di kalangan petani bibit durian?

Jawab:

Indikator Ancaman

Pertanyaan Persaingan Ketat

1. Bagaimana tingkat persaingan usaha pembibitan durian Musang King di daerah Anda, dan bagaimana dampaknya terhadap bisnis Anda?

Jawab:

2. Apakah pesaing menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan dengan usaha Anda?

Jawab:

3. Bagaimana persaingan memengaruhi harga jual bibit yang Anda tawarkan?

Jawab:

4. Apakah banyak usaha pembibitan serupa bermunculan di wilayah Anda?

Jawab:

5. Apakah Anda merasa kesulitan mendapatkan pelanggan baru karena semakin banyaknya pesaing?

Jawab:

Pertanyaan Fluktuasi Harga Bahan Baku

1. Apakah kenaikan harga bahan baku seperti batang bawah, entres, pupuk, dan media tanam berdampak signifikan pada biaya operasional Anda?

Jawab:

2. Bagaimana Anda menyesuaikan harga jual bibit saat terjadi lonjakan harga bahan baku?

Jawab:

3. Apakah Anda pernah mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku akibat kenaikan harga yang drastis?

Jawab:

4. Apakah Anda melakukan penyimpanan stok bahan baku untuk mengantisipasi kenaikan harga?

Jawab:

5. Apakah Anda pernah beralih ke pemasok lain atau mencari alternatif bahan baku yang lebih murah?

Jawab:

Pertanyaan Perubahan Iklim

1. Apakah cuaca yang tidak menentu meningkatkan risiko kegagalan bibit atau penyakit tanaman?

Jawab:

2. Bagaimana perubahan pola curah hujan memengaruhi kebutuhan air dalam pembibitan?

Jawab:

3. Seberapa besar dampak perubahan iklim terhadap masa tanam dan panen batang bawah yang digunakan dalam pembibitan?

Jawab:

4. Apakah Anda mengalami kesulitan dalam menyesuaikan jadwal pembibitan karena perubahan iklim yang tidak menentu?

Jawab:

5. Bagaimana perubahan iklim mempengaruhi daya beli pelanggan atau permintaan pasar terhadap bibit durian Musang King?

Jawab:

Lampiran 2. Skala Likert

STRATEGI PEMASARAN USAHA PEMBIBITAN DURIAN MUSANG KING DI KELURAHAN KEBUN LADA KECAMATAN BINJAI UTARA KOTA BINJAI”

Pernyataan

No	Pernyataan	Nilai				
		5	4	3	2	1
Kekuatan Modal		5	4	3	2	1
1.	Saya mengalami kekurangan modal dalam menjalankan usaha.					
2.	Modal awal saya mencukupi untuk memulai usaha pembibitan durian Musang King.					
3.	Saya menggunakan modal pribadi sebagai sumber utama dalam usaha pembibitan durian Musang King.					
4.	Modal yang saya miliki cukup untuk kebutuhan operasional usaha.					
5.	Saya memiliki akses mudah ke sumber pendanaan saat membutuhkan modal tambahan.					
Kekuatan Luas Lahan		5	4	3	2	1
6.	Luas lahan usaha saya mencukupi untuk memenuhi kebutuhan usaha pembibitan.					
7.	Saya memiliki hak kepemilikan penuh terhadap lahan usaha pembibitan saya.					
8.	Saya tidak mengalami kendala dalam penggunaan lahan untuk pembibitan.					
9.	Saya berencana untuk memperluas lahan usaha dalam waktu dekat.					
10.	Saya yakin bahwa memperluas lahan akan meningkatkan usaha pembibitan saya.					
Kekuatan Keahlian		5	4	3	2	1
11.	Saya memiliki pengalaman yang cukup lama dalam pembibitan durian Musang King.					
12.	Saya pernah mengikuti pelatihan atau bimbingan terkait teknik pembibitan.					
13.	Saya aktif mencari informasi baru dari media sosial untuk meningkatkan keahlian saya.					
14.	Saya belajar Teknik budidaya durian Musang King dengan usaha lain.					
15.	Saya percaya diri dengan kemampuan saya dalam teknik pembibitan durian Musang King.					
Kelemahan Manajemen		5	4	3	2	1

1.	Saya merasa pendidikan yang saya tempuh sudah cukup membantu dalam menjalankan usaha bibit durian Musang King.					
2.	Saya pernah belajar tentang pertanian saat masih sekolah.					
3.	Menurut saya, semakin tinggi pendidikan seseorang, semakin baik kemampuannya mengelola usaha bibit durian Musang King.					
4.	Saya biasa mencatat hal-hal penting tentang usaha, seperti jumlah bibit, biaya, harga jual, dan penghasilan.					
5.	Pendidikan yang saya dapatkan membantu saya memahami cara pembibitan durian dengan benar.					
Kelemahan Kurangnya Promosi		5	4	3	2	1
6.	Saya merasa kesulitan menarik pelanggan baru karena kurangnya promosi.					
7.	Sebagian besar pelanggan saya berasal dari rekomendasi mulut ke mulut.					
8.	Saya sudah mencoba memasarkan bibit melalui media sosial atau marketplace online.					
9.	Pemasaran offline (spanduk, brosur) masih efektif untuk usaha saya.					
10.	Pemasaran melalui platform digital penting					
Kelemahan Belum Ada Legalitas		5	4	3	2	1
11.	Usaha pembibitan durian Musang King saya belum memiliki sertifikasi resmi dari lembaga terkait.					
12.	Saya merasa bahwa proses pengurusan sertifikasi pembibitan terlalu rumit.					
13.	Biaya untuk mengurus sertifikasi pembibitan tergolong mahal bagi usaha saya.					
14.	Konsumen pernah menanyakan tentang legalitas atau sertifikasi bibit durian yang saya jual.					
15.	Saya pernah mencoba mengurus sertifikasi resmi untuk pembibitan durian Musang King.					
Peluang Permintaan Pasar		5	4	3	2	1
1.	Permintaan bibit durian Musang King semakin meningkat setiap tahun.					
2.	Permintaan bibit lebih tinggi pada musim tertentu dibandingkan musim lainnya.					
3.	Kondisi pasar saat ini lebih baik dibandingkan ketika saya memulai usaha.					
4.	Sebagian besar pelanggan saya berasal dari petani individu atau perusahaan/proyek.					
5.	Permintaan dari pembeli lokal lebih tinggi dibandingkan pembeli dari luar daerah.					
Peluang Kemitraan		5	4	3	2	1
6.	Usaha saya saat ini menjalin kemitraan dengan pihak pemerintah.					

7.	Saya aktif mencari peluang kemitraan untuk mendukung pengembangan usaha saya.					
8.	Saya setuju bahwa kemitraan dengan pihak luar dapat meningkatkan daya saing usaha saya.					
9.	Saya meyakini bahwa menjalin kemitraan merupakan strategi yang efektif untuk pertumbuhan usaha.					
10.	Saya percaya bahwa kemitraan strategis dapat membuka akses pasar yang lebih luas bagi usaha saya.					
Peluang Dukungan Pemerintah		5	4	3	2	1
11.	Saya pernah menerima bantuan dari pemerintah untuk usaha pembibitan durian Musang King.					
12.	Bantuan yang saya terima dari pemerintah sesuai dengan kebutuhan usaha pembibitan durian saya.					
13.	Saya sering menerima bantuan dari pemerintah.					
14.	Pemerintah cukup aktif mendukung usaha pembibitan durian Musang King di wilayah saya.					
15.	Bantuan dari pemerintah sudah merata dan adil di antara para petani bibit durian.					
Ancaman Persaingan ketat		5	4	3	2	1
1.	Persaingan usaha pembibitan durian Musang King di daerah saya sangat ketat.					
2.	Pesaing menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan saya.					
3.	Persaingan mempengaruhi harga jual bibit durian saya.					
4.	Banyak usaha pembibitan durian serupa yang bermunculan di wilayah saya.					
5.	Saya mengalami kesulitan mendapatkan pelanggan baru karena banyaknya pesaing.					
Ancaman Fluktuasi Harga bahan Baku		5	4	3	2	1
6.	Kenaikan harga bahan baku berdampak besar pada biaya operasional usaha saya.					
7.	Saya menyesuaikan harga jual bibit saat harga bahan baku meningkat.					
8.	Saya mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku saat harga melonjak drastis.					
9.	Saya menyimpan stok bahan baku untuk mengantisipasi kenaikan harga.					
10.	Saya mencari pemasok lain atau alternatif bahan baku yang lebih murah.					
Ancaman Perubahan Iklim		5	4	3	2	1
11.	Cuaca yang tidak menentu meningkatkan risiko kegagalan bibit durian saya					
12.	Perubahan pola curah hujan mempengaruhi kebutuhan air dalam pembibitan.					
13.	Perubahan iklim mempengaruhi masa tanam dan panen batang bawah.					

14.	Perubahan iklim menyulitkan saya menyesuaikan jadwal pembibitan.					
15.	Perubahan iklim mempengaruhi daya beli pelanggan terhadap bibit durian Musang King.					

Lampiran 3. Karakteristik Petani

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Klamin	Usia	Lulusan	Luas Lahan (Rante)	Pengalaman (Tahun)
1	Hasibuan Tani	Armin Syahputra Hasibuan	Laki-laki	52	SMP	3	20
2		Rusli Nasution	Laki-laki	50	SMP	6	14
3		Ucok	Laki-laki	51	SMP	3	13
4		Hidayat Nasution	Laki-laki	33	SMA	3	10
5		Ridwan	Laki-laki	50	SMP	3	15
6		Hafis Almunawar	Laki-laki	22	SMA	3	3
7		Andre Nasution	Laki-laki	27	SMA	3	6
8		Rizky Hidayat	Laki-laki	27	SMA	1,5	5
9		Andi Syahputra	Laki-laki	28	SMA	3	6
10		Farhan Anugrah	Laki-laki	25	SMA	3	4
11		Rantiman	Laki-laki	43	SMA	3	13
12		Hidayat Adi Putra	Laki-laki	27	SMA	3	6
13		Ngatiman	Laki-laki	46	SMA	3	10
14		Angga Pratama	Laki-laki	25	SMA	3	6
15		Tumirun	Laki-laki	46	SMA	3	20
16		Sumitro	Laki-laki	50	SMA	3	15
17		Arfinsyah	Laki-laki	31	SMA	4,5	4
18		Teddy Sanjaya	Laki-laki	28	SMA	2	5

19	Muhammad Taufq Ginting	Laki-laki	60	SMA	6	30
20	Arli Aditia	Laki-laki	34	SMA	1,5	10
21	Zulfikri Lubis	Laki-laki	45	SMP	2	20

Lampiran 4. Data Produksi Selama Penelitian

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Klamin	Luas Lahan (Rante)	Produksi/bulan	P 1/Unit	P 2 /Unit	P 3 /Unit	Total Produksi
1	Hasibuan Tani	Armin Syahputra Hasibuan	Laki-laki	3	1.000	-	1.000		1.000
2		Rusli Nasution	Laki-laki	6	5.000	-	5.000	-	5.000
3		Ucok	Laki-laki	3	1.300	-	1.300	-	1.300
4		Hidayat Nasution	Laki-laki	3	1.800	-	1.800	-	1.800
5		Ridwan	Laki-laki	3	1.350	-	1.350	-	1.350
6		Hafis Almunawar	Laki-laki	3	800	-	800	-	800
7		Andre Nasution	Laki-laki	3	950	-	950	-	950
8		Rizky Hidayat	Laki-laki	1,5	500	-	500	-	500
9		Andi Syahputra	Laki-laki	3	1.600	-	1.600	-	1.600
10		Farhan Anugrah	Laki-laki	3	1.750	-	1.750	-	1.750
11		Rantiman	Laki-laki	3	2.100	-	2.100	-	2.100
12		Hidayat Adi Putra	Laki-laki	3	1.500	-	1.500	-	1.500
13		Ngatiman	Laki-laki	3	1.200	-	1.200	-	1.200
14		Angga Pratama	Laki-laki	3	1.050	-	1.050	-	1.050
15		Tumirun	Laki-laki	3	1.400	-	1.400	-	1.400
16		Sumitro	Laki-laki	3	1.000	-	1.000	-	1.000
17		Arfinsyah	Laki-laki	4,5	3.800	-	3.800	-	3.800
18		Teddy Sanjaya	Laki-laki	2	750	-	750	-	750

19		Muhammad Taufiq Ginting	Laki-laki	6	5.800	-	5.800	-	5.800
20		Arli Aditia	Laki-laki	1,5	670	-	670	-	670
21		Zulfikri Lubis	Laki-laki	2	800	-	800	-	800
Total				65,5	28.850	-	28.850	-	28.850

Keterangan:

P1 = Produk pertama yang di pasarkan oleh usaha pembibitan Durian Musang King dengan tinggi bibit 15-20 cm.

P2 = Produk kedua yang di pasarkan oleh usaha pembibitan Durian Musang King dengan tinggi bibit 40 cm.

P3 = Produk ketiga yang di pasarkan oleh usaha pembibitan Durian Musang King dengan tinggi bibit 1 m.

Lampiran 5. Data Penjualan Selama Penelitian

No	Nama Usaha	Nama Pemilik	Jenis Klamin	P 1/ Unit	P 2/ Unit	P 3/ Unit	Total	Pendapatan P1	Pendapatan P2	Total
1	Hasibuan Tani	Armin Syahputra Hasibuan	Laki-laki	-	800	-	800		Rp 5.600.000	Rp 5.600.000
2		Rusli Nasution	Laki-laki	-	4.200	-	4.200		Rp 29.400.000	Rp 29.400.000
3		Ucok	Laki-laki	50	950	-	1.000	Rp 65.000	Rp 6.650.000	Rp 6.715.000
4		Hidayat Nasution	Laki-laki	-	1.400	-	1.400		Rp 9.800.000	Rp 9.800.000
5		Ridwan	Laki-laki	-	1.250	-	1.250		Rp 8.750.000	Rp 8.750.000
6		Hafis Almunawar	Laki-laki	-	570	-	570		Rp 3.990.000	Rp 3.990.000
7		Andre Nasution	Laki-laki	-	900	-	900		Rp 6.300.000	Rp 6.300.000
8		Rizky Hidayat	Laki-laki	-	450	-	450		Rp 3.150.000	Rp 3.150.000
9		Andi Syahputra	Laki-laki	-	1.300	-	1.300		Rp 9.100.000	Rp 9.100.000
10		Farhan Anugrah	Laki-laki	-	1.500	-	1.500		Rp 10.500.000	Rp 10.500.000
11		Rantiman	Laki-laki	-	2.010	-	2.010		Rp 14.070.000	Rp 14.070.000
12		Hidayat Adi Putra	Laki-laki	-	1.300	-	1.300		Rp 9.100.000	Rp 9.100.000
13		Ngatiman	Laki-laki	-	1.025	-	1.025		Rp 7.175.000	Rp 7.175.000
14		Angga Pratama	Laki-laki	-	1.000	-	1.000		Rp 7.000.000	Rp 7.000.000
15		Tumirun	Laki-laki	-	1.305	-	1.305		Rp 9.135.000	Rp 9.135.000
16		Sumitro	Laki-laki	-	750	-	750		Rp 5.250.000	Rp 5.250.000
17		Arfinsyah	Laki-laki	-	3.605	-	3.605		Rp 25.235.000	Rp 25.235.000
18		Teddy Sanjaya	Laki-laki	50	700	-	750	Rp 65.000	Rp 4.900.000	Rp 4.965.000

19		Muhammad Taufq Ginting	Laki-laki	-	5.500	-	5.500		Rp 38.500.000	Rp 38.500.000
20		Arli Aditia	Laki-laki	-	500	-	500		Rp 3.500.000	Rp 3.500.000
21		Zulfikri Lubis	Laki-laki	80	720	-	800	Rp 104.000	Rp 5.040.000	Rp 5.144.000
Total				180	31.735		3.1915			Rp222.379.000

Lampiran 6. Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Kekuatan

KEKUATAN

Modal						Luas Lahan						Keahlian						Total	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah				
2	4	4	4	4	18	5	2	4	4	4	19	5	4	1	4	5	19	56	0,03	2,7	0,07
2	4	4	4	4	18	4	4	4	2	2	16	4	2	2	2	4	14	48	0,02	2,3	0,05
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	1	4	4	17	57	0,03	2,7	0,07
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	56	0,03	2,7	0,07
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	2	5	4	19	59	0,03	2,8	0,07
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	2	4	2	4	4	16	54	0,02	2,6	0,06
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	2	4	2	4	4	16	54	0,02	2,6	0,06
2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	18	2	2	4	4	4	16	52	0,02	2,5	0,06
2	4	4	4	4	18	4	4	4	2	2	16	2	4	2	4	4	16	50	0,02	2,4	0,05
2	4	4	4	4	18	4	4	4	2	2	16	2	4	4	4	4	18	52	0,02	2,5	0,06

4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	58	0,03	2,8	0,07
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	2	4	2	4	4	16	54	0,02	2,6	0,06
2	4	4	4	4	18	4	2	4	2	2	14	4	4	2	4	4	18	50	0,02	2,4	0,05
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	2	4	2	4	4	16	56	0,03	2,7	0,07
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	2	4	4	18	56	0,03	2,7	0,07
2	4	4	4	4	18	4	2	4	4	4	18	4	4	2	4	4	18	54	0,02	2,6	0,06
2	4	4	4	4	18	4	4	4	2	2	16	2	2	2	4	4	14	48	0,02	2,3	0,05
4	4	4	4	4	20	2	4	4	4	4	18	2	4	2	4	4	16	54	0,02	2,6	0,06
2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	5	4	2	4	4	19	57	0,03	2,7	0,07
2	4	4	4	4	18	2	4	4	4	4	18	4	4	2	4	4	18	54	0,02	2,6	0,06
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	2	2	4	4	17	57	0,03	2,7	0,07
Total					390						389						357				
Total Kekuatan											1136	1136	0,51	54,1	1,32						

Lampiran 7. Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Kelemahan

INDIKATOR KELEMAHAN

Manajemen						Kurangnya Promosi						Belum Ada Legalitas						Total	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah				
4	2	4	2	2	14	2	4	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06
4	2	4	2	2	14	2	2	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	50	0,02	2,4	0,05
4	2	4	2	2	14	4	4	1	4	4	17	4	4	4	4	4	20	51	0,02	2,4	0,06
4	2	4	2	2	14	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06
4	2	4	2	2	14	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06
4	2	4	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	54	0,02	2,6	0,06
4	2	4	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	54	0,02	2,6	0,06
4	2	4	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	54	0,02	2,6	0,06
4	2	4	2	2	14	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06
4	2	4	2	2	14	4	2	4	4	4	18	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06
4	2	2	2	2	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06

4	2	4	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	54	0,02	2,6	0,06	
4	2	4	2	2	14	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	4	20	52	0,02	2,5	0,06	
4	2	4	2	2	14	2	4	2	4	4	16	4	4	4	4	2	18	48	0,02	2,3	0,05	
4	2	4	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18	52	0,02	2,5	0,06	
4	2	4	2	4	16	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	2	18	52	0,02	2,5	0,06	
4	2	4	2	2	14	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	2	18	50	0,02	2,4	0,05	
4	2	2	2	2	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	2	18	50	0,02	2,4	0,05	
4	2	2	2	2	12	4	4	2	4	4	18	4	4	4	4	2	18	48	0,02	2,3	0,05	
4	2	4	2	2	14	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	54	0,02	2,6	0,06	
4	2	4	2	2	14	2	4	2	4	4	16	4	4	4	4	2	18	48	0,02	2,3	0,05	
Total					290						387						406					
Total Kelemahan												1083	1083	0,49	51,6	1,20						
Total Keseluruhan												2219	1,00	105,7	2,52							

Lampiran 8. Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor peluang

INDIKATOR PELUANG

Permintaan Pasar						Peluang Kemitraan						Dukungan Pemerintah						Total	Bobot	Rating	Skor
1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah				
4	4	4	4	2	18	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	52	0,02	2,5	0,06
4	3	3	4	2	16	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	50	0,02	2,4	0,06
4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	53	0,03	2,5	0,06
4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	51	0,02	2,4	0,06
4	3	3	4	2	16	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	50	0,02	2,4	0,06
4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	47	0,02	2,2	0,05
4	3	3	4	2	16	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	46	0,02	2,2	0,05
4	3	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	47	0,02	2,2	0,05
4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	47	0,02	2,2	0,05
4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20	2	2	2	2	2	10	47	0,02	2,2	0,05
4	4	3	4	2	17	4	4	4	4	4	20	4	4	2	2	2	14	51	0,02	2,4	0,06

4 4 4 4 2	18	4 4 4 4 4	20	2 2 2 2 2	10	48	0,02	2,3	0,05
4 4 3 4 2	17	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	51	0,02	2,4	0,06
4 4 4 4 2	18	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	52	0,02	2,5	0,06
4 3 3 4 2	16	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	50	0,02	2,4	0,06
4 4 3 4 2	17	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	51	0,02	2,4	0,06
4 4 4 4 2	18	4 4 4 4 4	20	2 2 2 2 2	10	48	0,02	2,3	0,05
4 4 3 4 4	19	2 4 4 4 4	18	2 2 2 2 2	10	47	0,02	2,2	0,05
4 3 4 4 2	17	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	51	0,02	2,4	0,06
4 4 3 4 2	17	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	51	0,02	2,4	0,06
4 4 4 4 2	18	4 4 4 4 4	20	4 4 2 2 2	14	52	0,02	2,5	0,06
Total	362		418		262				
Total Peluang						1042	0,50	49,6	1,18

Lampiran 9. Hasil Transformasi Data Swot Pada Faktor Ancaman

INDIKATOR ANCAMAN

Fluktuasi Harga Bahan

Persaingan Ketat						Baku					Perubahan Iklim					Total	Bobot	Rating	Skor		
1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah	1	2	3	4					5	Jumlah
4	2	4	4	2	16	4	5	2	2	2	15	5	1	4	1	2	13	44	0,02	2,1	0,04
4	4	4	4	2	18	2	5	2	2	2	13	5	1	4	2	2	14	45	0,02	2,1	0,05
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	4	17	5	1	4	2	2	14	51	0,02	2,4	0,06
4	4	4	4	2	18	2	4	2	2	4	14	5	2	4	2	2	15	47	0,02	2,2	0,05
4	2	4	4	2	16	4	4	2	2	2	14	5	1	4	2	4	16	46	0,02	2,2	0,05
4	2	4	4	4	18	2	5	2	2	4	15	5	1	4	2	2	14	47	0,02	2,2	0,05
4	4	4	4	4	20	4	5	2	4	4	19	5	1	4	2	2	14	53	0,03	2,5	0,06
4	4	4	4	4	20	4	5	2	4	4	19	5	1	4	2	4	16	55	0,03	2,6	0,07
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	4	17	5	1	4	2	2	14	51	0,02	2,4	0,06
4	2	4	4	4	18	4	5	2	2	4	17	5	1	4	2	2	14	49	0,02	2,3	0,05

4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	2	15	5	1	4	2	4	16	51	0,02	2,4	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	5	1	4	2	4	16	57	0,03	2,7	0,07										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	2	15	5	1	4	2	4	16	51	0,02	2,4	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	4	17	5	1	4	2	2	14	51	0,02	2,4	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	2	15	5	1	4	2	4	16	51	0,02	2,4	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	4	17	5	1	4	2	4	16	53	0,03	2,5	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	4	4	19	5	1	4	2	4	16	55	0,03	2,6	0,07										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	4	17	5	1	4	2	4	16	53	0,03	2,5	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	2	15	5	1	4	2	4	16	51	0,02	2,4	0,06										
4	4	4	4	4	20	4	5	2	2	2	15	5	1	4	2	4	16	51	0,02	2,4	0,06										
4	4	4	4	2	18	2	5	2	2	2	13	5	1	4	2	2	14	45	0,02	2,1	0,05										
Total					402						339						316														
																	Total Ancaman			1057			0,50			50,3			1,21		
																	Total Keseluruhan			2099			1,00			100,0			2,39		

Lampiran 10. Dokumentasi



Wawancara dengan bapak Hidayat Nasution pemilik usaha pembibitan Durian Musang King



3 produk yang dipasarkan usaha Pembibitan Durian Musang King



Penyambungan pucuk pada bibit Durian Musang King



Spanduk usaha pembibitan Hasibuan Tani



Luas lahan pembibitan Durian Musang King



Usaha pembibitan Durian Musang King posisinya berdekatan