

Strategi Pengembangan Usaha Kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara

CLOUDIA BR GINTING*, MADE ANTARA, MADE SATRIA WIBAWA

Pogram Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana,
Jl. PB. Sudirman Denpasar 80232, Bali
Email: *gintingclaudia23@gmail.com
antara_unud@yahoo.com

Abstract

Sibolang Durian Culinary Business Development Strategy in Medan, North Sumatera

Sibolang Durian is one of the companies engaged in marketing local durians in Medan, North Sumatera. The purpose of this study is to formulate general strategies, alternative strategies, priority strategies. As for some obstacles in the Sibolang Durian culinary business in Medan, North Sumatera caused the need for strategy formulation with the aim of identifying internal and external factors that became strengths, weaknesses, opportunities and threats, then formulating general strategies, alternative strategies, priority strategies, which are right to be implemented in the Sibolang Durian culinary business in Medan, North Sumatera. This research uses qualitative and quantitative research methods. The strategy formulation process is carried out through IE matrix analysis (IFAS-EFAS), SWOT matrix and QSPM matrix. Sibolang Durian development strategy can apply a general strategy, namely an intensive strategy (market penetration, market development and product development). Based on the results of the SWOT matrix analysis, there are eleven alternative strategies that can be developed through SO, WO, ST, WT strategies. The main priority strategy obtained from the results of the analysis using the QSPM matrix, the Sibolang Durian culinary business in Medan, North Sumatera is high market demand by utilizing a lot of durian demand in developing durian business innovations so that it can meet consumer tastes with a TAS score of 19.38.

Keywords: *culinary Sibolang Durian, internal factors, external factors, development strategy*

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Durian (*Durio Zibethinus Murr*) ialah buah yang didaulat menjadi rajanya buah tropika dan sudah diakui sebagai spesies asli nusantara dari pulau Kalimantan. Keragaman genetik durian di Indonesia sangat besar. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan potensi durian unggul paling tinggi didunia. Penyebaran durian

di Indonesia sudah berlangsung lama sehingga terbentuk keragaman genotip yang beradaptasi sesuai dengan keragaman lingkungan di nusantara. Ditunjang oleh pola persilangannya terbuka, Indonesia merupakan negara yang sangat kaya dengan varietas durian unggul yang tersebar di setiap daerah. Masing-masing daerah memiliki nama khas untuk durian unggulannya. Misalnya, durian Perwira karena jadi pesanannya perwira, durian Si camat karena pesanannya Pak Camat, atau durian Selat karena dari Desa Selat di Jambi. Berdasarkan data dari Direktorat Perbenihan dan Sarana Pertanian, Direktorat Jenderal Hortikultura, hingga tahun 2015 sudah ditetapkan sebanyak 93 varietas unggul nasional (Sobir, 2015).

Buah yang dinobatkan sebagai *The King Of Fruit* ini tidak hanya lezat jika dimakan langsung, tapi juga nikmat diolah menjadi jus, es krim, dan berbagai hidangan penutup. Rasa dan aroma daging durian membuat para pengusaha berinspirasi untuk mengolah produk makanan dari bahan baku durian tersebut yang sekarang di gemari banyak masyarakat, durian salah satunya. Indonesia termasuk penghasil durian paling lezat di dunia, bersaing dengan Thailand. Dengan banyaknya produsen produk olahan durian tersebut sudah pasti setiap produsen atau pelaku usaha ingin menjadi yang terbaik menghadapi persaingan dunia usaha yang semakin ketat, sekarang kita dituntut untuk dapat mengembangkan usaha supaya usaha kita dapat maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari diri kita sendiri walaupun banyak menghadapi kendala – kendala dalam dunia usaha, maka dari itu dibutuhkan strategi dalam pengembangan usaha supaya usaha dapat bertahan lama dan tidak bangkrut (Marbun, 2015).

Buah-buahan merupakan salah satu komoditas hortikultura yang mempunyai nilai ekonomi tinggi yang dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat dan petani baik berskala kecil, menengah maupun besar, karena memiliki keunggulan berupa nilai jual yang tinggi, keragaman jenis, ketersediaan sumber daya lahan dan teknologi, serta potensi serapan pasar di dalam negeri dan internasional yang terus meningkat. Subsektor yang saat ini tengah dikembangkan yakni subsektor hortikultura, hal ini karena hortikultura merupakan bagian dari pembangunan pertanian dibidang pangan yang ditujukan untuk lebih memantapkan swasembada pangan, meningkatkan pendapatan masyarakat dan memperbaiki keadaan gizi melalui penganekaragaman jenis bahan makanan (Nutfah, 2015).

Strategi adalah alat untuk mencapai suatu keunggulan bersaing. Strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang hendak dicapai. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan dalam jumlah besar (Michael Porter, 1985). Selain itu, strategi mempengaruhi perkembangan jangka panjang perusahaan, biasanya untuk lima tahun ke depan, dan karenanya berorientasi ke masa yang akan datang. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsional atau multidivisional serta perlu mempertimbangkan baik faktor eksternal maupun internal yang dihadapi perusahaan (David, 2011).

Strategi adalah sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara

atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai. (Marrus, 2002) Strategi adalah bakal tindakan yang menuntun keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan yang banyak merealisasikannya. Di samping itu, strategi mempengaruhi kehidupan organisasi dalam jangka panjang, paling tidak selama lima tahun. Oleh karena itu, sifat strategi adalah berorientasi ke masa depan. Strategi juga mempunyai konsekuensi *multifungsional* atau *multidivisional* dan dalam perumusannya perlu pertimbangan faktor-faktor *internal* maupun *eksternal* yang dihadapi perusahaan. (Rachmat, 2014).

Pengembangan usaha dilakukan dengan alasan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan syarat terlampauinya pencapaian target penjualan yang telah di rencanakan. Keuntungan maksimal yang didapat akan memberikan kontribusi besar bagi pelaku usaha agar dapat memperluas dan mengembangkan usahanya. Adanya peningkatan dalam suatu penjualan atas banyaknya pengunjung yang datang maka usaha tersebut dianggap mampu memperluas usahanya untuk dapat memuaskan pengunjung dengan menggunakan pencapaian target atau laba yang selalu terlampaui (Zuhri,2013).

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi umum usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara?
2. Bagaimana strategi alternatif yang dilakukan usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara?
3. Bagaimana strategi prioritas yang tepat untuk diterapkan pada usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Bagaimana strategi umum usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara?
2. Bagaimana strategi alternatif yang dilakukan usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara?
3. Bagaimana strategi prioritas utama yang tepat untuk diterapkan pada usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan berguna sebagai salah satu referensi bagi pembaca yang tertarik untuk meneliti topik yang serupa dalam bidang strategi pengembangan usaha.
2. Manfaat Praktisi
Dengan adanya hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan perusahaan dalam pengembangan usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara.

2. Metodologi Penelitian

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di usaha kuliner Sibolang Durian, Jl. Iskandar Muda No.75 C-D, Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian pengambilan data terhitung dari bulan Januari sampai dengan Februari 2023.

2.2 Jenis dan Sumber Data, Teknik Pengumpulan

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif pada penelitian merupakan hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha Sibolang Durian mengenai faktor-faktor internal, dan faktor-faktor eksternalnya. Data kuantitatif pada penelitian berupa angka bobot, rating, dan AS yang ditentukan oleh responden dalam pelaksanaan analisis IFE, EFE, dan QSPM. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara yang berupa kuisisioner. Data kuantitatif, yaitu penelitian kuantitatif menggunakan kuesioner dan data yang berupa angka, tabulasi, perhitungan-perhitungan menggunakan sejumlah metode analisis matematik/statistik yang hasilnya menjadi dasar pijakan untuk mengambil keputusan atau kesimpulan (Slevitch, 2011).

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber sekunder dan primer. Sumber data sekunder yakni data yang diperoleh dari pihak-pihak tertentu yang berhubungan dengan penelitian ini (Kuncoro, 2009). Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang langsung diperoleh secara langsung dari wawancara dan kuesioner dengan informan penelitian.

Pengumpulan data penelitian adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang penting karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti (Siregar 2015). Metode pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara, kuesioner, dan dokumentasi.

2.3 Penentuan Informan Penelitian

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu (Arikunto, 2006). Jumlah informan dalam penelitian ini yaitu 6 orang. Dari pihak internal terdiri dari 3 orang dan pihak eksternal 3 orang.

2.4 Analisis Data

Analisis data yang digunakan untuk mengetahui strategi umum, strategi alternatif, dan strategi prioritas dalam pengembangan usaha kuliner Sibolang Durian yaitu menggunakan analisis matriks IE (IFAS-EFAS), matriks SWOT, dan matriks QSPM. Analisis data dilakukan setelah berbagai data terkumpul dan untuk menganalisisnya menggunakan teknik analisa deskriptif. Analisa deskriptif berupaya menggambarkan kembali data-data yang sudah terkumpul dan membahas keadaan

mengenai strategi pengembangan usaha kuliner Sibolang Durian di Medan, Sumatera Utara. Analisis data dilakukan dengan tiga langkah yakni, pengumpulan data, klasifikasi data dan perumusan matriks IE (IFAS-EFAS) untuk mengetahui strategi umum, matriks SWOT untuk mengetahui strategi alternatif lalu dirumuskan program strategi alternatif dan matriks QSPM untuk mengetahui strategi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Strategi Pengembangan

3.1.1 Strategi umum matriks (I-E)

3.1.1.1 Hasil identifikasi matriks strategi internal (IFE)

Hasil identifikasi faktor-faktor internal usaha kuliner Sibolang Durian di Medan Sumatera Utara, Tabel 1 berikut menyajikan hasil matriks strategi internal penelitian.

Tabel 1.
Hasil Matriks Strategi Internal (IFE)

Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Kekuatan				
Manajemen	1. SDM yang ulet dan terampil dalam sortasi produk dan pelayanan	0.160	4	0.641
Pemasaran	1. Kualitas durian yang baik karena diperoleh langsung dari petani	0.172	4	0.691
	2. Letak usaha durian strategis karena tidak jauh dari pusat kota	0.123	3	0.370
Keuangan	1. Kemampuan pengelolaan keuangan yang baik	0.123	4	0.493
Produksi	1. Mudahnya memperoleh durian Sistem pengadaan produk dikelola dengan baik	0.171	4	0.691
Penelitian dan Pengembangan	1. Aktif melakukan litbang	0.104	3	0.314
Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Kelemahan				
Manajemen	1. Kurangnya penjualan dalam memenuhi permintaan yang ada	0,086	2	0.170
Pemasaran	2. Kurangnya upaya promosi	0.055	1	0.055
Jumlah Total	1		3.425	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Hasil analisis matriks IFAS yang disajikan dalam tabel 1 dapat dijelaskan bahwa diantara faktor-faktor strategi internal, skor tertinggi untuk faktor kekuatan usaha kuliner Sibolang Durian adalah 0,172, kualitas durian yang baik karena

diperoleh langsung dari petani. Pada faktor kelemahan, skor tertinggi yang dimiliki oleh usaha kuliner Sibolang Durian yaitu kurangnya upaya promosi nilai skor bobot sebesar 0,086. Sibolang Durian kurangnya penjualan dalam memenuhi permintaan yang ada. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan belum giat dalam menginovasikan produknya untuk memenuhi permintaan yang ada kepada masyarakat.

Dari tabel diatas hasil perhitungan matriks IFAS (*Internal Analysis Summary*) menunjukkan bahwa total nilai faktor internal sebesar 3.425. Hal ini menunjukkan bahwa posisi internal usaha Si Bolang Durian memiliki kekuatan dalam mengatasi masalahnya.

3.1.1.2 Hasil matriks strategi eksternal (EFE)

Dari hasil identifikasi faktor-faktor eksternal usaha kuliner Sibolang Durian di Medan Sumatera Utara, maka dapat dihitung matriks strategi eksternalnya yang dapat dilihat pada Tabel 2 berikut

Tabel 2.
Matriks Strategi Eksternal (EFE)

Variabel	Indikator	Bobot	Rating	Nilai
Peluang				
Pemerintah	1. Dukungan Pemerintah Kota Medan terhadap komersialisasi durian	0.172	3	0.518
Ekonomi	1. Potensi pasar tinggi	0.245	4	0.981
Sosial Budaya	1. Kondisi ekonomi saat ini	0.118	2	0.236
Teknologi	1. Kemajuan dan inovasi teknologi	0.09	1	0.090
Ancaman				
Kekuatan Kompetitif	1. Perlu dilakukannya inovasi dalam usaha tersebut guna menarik konsumen.	0.245	4	0.981
	2. Perlu dilakukannya penambahan sarana dan prasarana	0.127	2	0.254
Jumlah Total		1	3.07	

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Hasil analisis matriks EFAS pada tabel 2 dapat dijelaskan bahwa skor tertinggi untuk faktor peluang adalah kondisi potensi pasar tinggi dengan nilai skor bobot sebesar 0,245 yaitu potensi pasar tinggi. Pada faktor ancaman, skor tertinggi ialah kekuatan tawar menawar dengan pemasok yang tinggi pada saat tidak musim durian dengan nilai skor bobot sebesar 0,245.

3.1.1.3 Analisis matriks IE (Internal-External)

Setelah diketahui faktor-faktor strategis/kunci dari proses analisis Matriks IFE yang menjelaskan tentang kekuatan dan kelemahan yang ada pada perusahaan dan Analisis Matriks EFE yang memberikan gambaran peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Berikutnya yang dilakukan adalah penggabungan dari matriks IFE dan EFE dengan menggunakan matriks IE. Tujuan dari penggunaan Matriks IE adalah untuk memperoleh *grand strategy* sehingga perusahaan dapat menentukan bisnis apa yang dikembangkan, dipertahankan atau dilepas. Posisi Matriks IE dapat diketahui melalui penggabungan hasil total skor Matriks IFE dan EFE. Melalui penggabungan itu, maka dapat diketahui posisi perusahaan pada saat ini dan strategi apa yang harus diterapkan oleh perusahaan.

		Total Skor IFE		
		Kuat (3,0 – 4,0)	Sedang (2,0 – 3,0)	Lemah (1,0 - 2,0)
Total Skor EFE	Kuat (3,0 – 4,0)	↓ I	II	III
	Sedang (2,0 – 3,0)	3.425 Tumbuh dan Membangun IV 3.06	V	VI
	Lemah (1,0 - 2,0)	VII	VIII	IX

Gambar 1.
Hasil Analisis Matriks IE

Saat ini berdasarkan penggabungan antara Matriks IFE (3.425) dan Matriks EFE (3.06), maka usaha kuliner Si Bolang Durian berada pada kuadran IV.). Kuadran IV ini merupakan posisi tumbuh dan membangun, maka strategi umum yang dapat dilakukan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk).

3.2 Strategi alternatif

Setiap huruf dalam kata "SWOT" mengandung istilah yang sangat kuat: Strength (S) berarti kekuatan, Weakness (W) berarti kelemahan, Opportunities (O) berarti peluang, dan Threats (T) berarti ancaman. Matriks SWOT merupakan sebuah alat pencocokan yang penting untuk membantu para pengambil keputusan dalam mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan-peluang), strategi WO (kelemahan-peluang), strategi ST (kekuatan-ancaman), dan strategi WT

(kelemahan-ancaman). Mencocokkan faktor-faktor eksternal dan internal utama yang merupakan bagian tersulit dalam mengembangkan Matriks SWOT dan membutuhkan penilaian yang baik dan tidak ada satu pun paduan yang paling benar.

Tabel 3.
Matriks SWOT Usaha Kuliner Si Bolang Durian 2023

Faktor Internal	<p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> SDM yang ulet dan terampil dalam sortasi produk dan pelayanan Kualitas durian yang baik karena diperoleh langsung dari petani Letak usaha durian strategis karena tidak jauh dari pusat kota Kemampuan pengelolaan keuangan yang baik Mudahnya memperoleh produk durian Sistem pengadaan produk dikelola dengan baik 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> Kurangnya penjualan dalam memenuhi permintaan yang ada Kurangnya upaya promosi
Faktor Eksternal		
<p>OPPORTUNITIES</p> <ol style="list-style-type: none"> Dukungan Pemerintah Kota Medan terhadap komersialisasi durian Kondisi ekonomi saat ini Potensi pasar tinggi Kemajuan dan inovasi teknologi 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih Memanfaatkan permintaan durian yang banyak dalam mengembangkan inovasi dalam usaha durian. Memanfaatkan teknologi yang berkembang dengan melakukan promosi yang menarik melalui media online. Memanfaatkan letak yang strategis dengan mendesain tempat yang lebih menarik lagi untuk menarik konsumen. Memanfaatkan pengalaman yang dimiliki dalam memilih durian yang berkualitas 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> Memanfaatkan penjualan <i>online</i> dalam memenuhi permintaan yang ada. Revitalisasi upaya promosi
<p>THREATS (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> Tingkat persaingan yang cukup tinggi. Kekuatan tawar menawar dengan pemasok yang tinggi pada saat tidak musim durian 	<p>STRATEGI ST</p> <ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan kualitas dari durian dalam mengatasi persaingan yang ada. Menciptakan harga yang terjangkau dalam mengatasi persaingan yang tinggi. 	<p>STRATEGI WT</p> <ol style="list-style-type: none"> Perlu dilakukannya inovasi dalam usaha tersebut guna menarik konsumen. Perlu dilakukannya penambahan sarana dan prasarana.

3.3 Strategi pengembangan prioritas

Setelah diperoleh beberapa alternatif strategi melalui tahap pencocokan, yaitu dengan menggunakan matriks IE dan matriks SWOT, maka tahap akhir dari penelitian

ini adalah pemilihan strategi yang terbaik. Adapun alat analisis yang digunakan pada tahap pengambilan keputusan ini adalah Matriks Perencanaan Strategi Kuantitatif (*Quantitative Strategic Planning Matrix-QSPM*).

Tabel 4.
Peringkat Alternatif Strategi Usaha Kuliner Sibolang Durian 2023

No	Alternatif Strategi	Skor TAS	Peringkat
1	Memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih	18,6	2
2	Permintaan pasar tinggi dengan memanfaatkan permintaan durian yang banyak dalam mengembangkan inovasi usaha durian sehingga dapat memenuhi selera konsumen	19,38	1
3	Memanfaatkan teknologi yang berkembang dengan melakukan promosi yang menarik melalui media <i>online</i> .	16,26	7
4	Memanfaatkan letak yang strategis	16,62	4
5	Memanfaatkan pengalaman yang dimiliki dalam memilih durian yang berkualitas	16,46	5
6	Memanfaatkan penjualan <i>online</i> dalam memenuhi permintaan yang ada.	16,78	3
7	Ravitalisasi upaya promosi	14,53	10
8	Meningkatkan kualitas dari durian dalam mengatasi persaingan yang ada.	16,42	6
9	Menciptakan harga yang terjangkau dalam mengatasi persaingan yang tinggi	16,26	8
10	Perlu dilakukannya penambahan sarana dan prasarana	15,9	9
11	Perlu dilakukannya inovasi dalam usaha tersebut guna menarik konsumen.	14,53	11

Sumber : Hasil Pengolahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 4 dapat dijelaskan bahwa strategi alternatif yang menjadi prioritas pengembangan usaha Sibolang Durian yaitu permintaan pasar tinggi dengan memanfaatkan permintaan durian yang banyak dalam mengembangkan inovasi usaha durian sehingga dapat memenuhi selera konsumen dengan skor TAS sebesar 19,38

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa pengembangan Sibolang Durian dapat menerapkan strategi umum yaitu strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk). Pengembangan Sibolang Durian dapat menerapkan strategi alternatif yaitu (1) Memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin canggih (2) Permintaan pasar tinggi dengan memanfaatkan permintaan durian yang banyak dalam

mengembangkan inovasi usaha durian sehingga dapat memenuhi selera konsumen (3) Memanfaatkan teknologi yang berkembang dengan melakukan promosi yang menarik melalui media online. (4) Memanfaatkan letak yang strategis (5) Memanfaatkan pengalaman yang dimiliki dalam memilih durian yang berkualitas (6) Memanfaatkan penjualan online dalam memenuhi permintaan yang ada. (7) Ravitalisasi upaya promosi (8) Meningkatkan kualitas dari durian dalam mengatasi persaingan yang ada. (9) Menciptakan harga yang terjangkau dalam mengatasi persaingan yang tinggi (10) Perlu dilakukannya penambahan sarana dan prasarana (11) Perlu dilakukannya inovasi dalam usaha tersebut guna menarik konsumen. Strategi Prioritas, Adapun hasil dari analisis menggunakan metode *matrix* QSPM, strategi prioritas utama yang dapat diimplementasikan oleh usaha kuliner Sibolang Durian yaitu permintaan pasar tinggi dengan memanfaatkan permintaan durian yang banyak dalam mengembangkan inovasi usaha durian sehingga dapat memenuhi selera konsumen.

4.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan oleh penulis adalah inovasi yang dapat dilakukan guna mengembangkan usaha kuliner Sibolang Durian adalah meningkatkan kualitas produk Sibolang Durian dan perlu menambah variasi produk olahan durian (a) Meningkatkan kualitas produk: Peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dengan penyediaan berbagai durian unggul Indonesia yang terjamin kelezatannya. Kualitas produk juga mencakup penampilan fisik yang baik, warna yang menarik, aroma dan rasa yang enak, serta daging buah yang legit dan tebal, sehingga peningkatan kualitas produk juga berarti harus meningkatkan proses sortasi. Pelayanan yang baik meliputi kemampuan SDM perusahaan dalam memilihkan durian yang sesuai dengan permintaan konsumen, garansi, dan ramah-tamah dalam melayani konsumen. Pelayanan juga termasuk bagaimana perusahaan mengetahui kebutuhan konsumen, (b) Menambah variasi olahan produk: Sibolang Durian perlu menambah variasi produk olahan durian selain durian kupas, daging durian dan pancake durian seperti sop durian, jus durian, keripik durian, es puter durian, dan sebagainya. Hal ini dapat dilakukan untuk memanjakan konsumen dengan suguhan yang lebih beragam sehingga mencegah konsumen dari rasa bosan serta dapat meraih pangsa pasar yang lebih banyak. Pihak Sibolang Durian dapat mengembangkan strategi alternatif yang diprioritaskan yaitu permintaan pasar tinggi dengan memanfaatkan permintaan durian yang banyak dalam mengembangkan inovasi usaha durian sehingga dapat memenuhi selera konsumen.

5. Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Esa, seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini yaitu Pemilik usaha kuliner Sibolang Durian yang bersedia sebagai informan dalam penelitian ini, sehingga karya ilmiah ini dapat terselesaikan dan dipublikasikan dalam e-jurnal dan terimakasih kepada orangtua, keluarga dan teman-teman yang telah membantu dan memberi dukungan selama proses penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi 3*. Penerbit Erlangga.
- Nutfah, Siti, 2015. Strategi Pengembangan Usahatani Durian (*Durio Zibethinus Murr*) Di Kecamatan Sirenja Kabupaten Donggala. *Jurnal Sains dan Teknologi Tadulako*, Volume 4 Nomor 3, Agustus 2015 hlm 85-102. ISSN: 20898630. Program Studi Magister Agribisnis Program Pascasarjana Universitas Tadulako
- Marbun 2003. *Kamus Manajemen*, Jakarta: Pustaka Sinar Harapan Stephanie & K. Marrus. (2002). *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rachmat. 2004. *Manajemen Strategi*, (Bandung: CV Pustaka Setia)
- Saifudin Zuhri. 2013. Analisis Pengembangan Usaha Kecil Home Industri Sangkar Ayam Dalam Rangka Pengentasan Kemiskinan, *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Volume 2, Nomor 3, Desember
- Siregar, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Slevitch, L. (2011). Qualitative and quantitative methodologies compared: Ontological and epistemological perspectives. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 12(1), 73–81
- Sobir. 2015. *Berkebun Durian Unggul*. Penebar Swadaya. Jakarta