

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN BIBIT UNGGUL DURIAN BINTANA (*Durio zibethinus*) DI UPT. BIH GEDUNG JOHOR DINAS TANAMAN PANGAN DAN HORTIKULTURA PROVINSI SUMATERA UTARA

Nelly M. R. Sinaga¹, A. Effendi Lubis², Mutiara Pradila³

¹Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Darma Agung, Medan

²Dosen Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Darma Agung, Medan

³Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Darma Agung, Medan

ABSTRAK. Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui (1) proses dan Teknik pembibitan bibit unggul Durian Bintana (*Durio zibethinus*), (2) faktor-faktor internal dan eksternal dalam pemasaran bibit unggul Durian Bintana (*Durio zibethinus*), (3) mengidentifikasi faktor-faktor strategis dan alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran bibit unggul Durian Bintana (*Durio zibethinus*), (4) menentukan prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran bibit unggul Durian Bintana (*Durio zibethinus*). Penelitian dilakukan di Unit Pelaksana Teknis Benih Induk Hortikultura Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara pada bulan Juli-September 2020. Analisis data menggunakan matriks SWOT dan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Teknik perbanyakan pembibitan durian bintana dilakukan dengan perbanyakan vegetatif. (2) Faktor internal dan faktor eksternal di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, Faktor Internal : Produk, Tenaga kerja, Harga, Promosi. Faktor Eksternal : Pemerintah, Konsumen, Pesaing, Teknologi. (3) Faktor-faktor strategis dalam pemasaran bibit unggul durian bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara Kekuatan : Produk bersertifikat, Kelemahan : Keterlambatan pencairan anggaran, Peluang : Kerjasama dengan instansi pemerintah/swasta, Ancaman : Konsumen yang lebih memilih bibit durian varietas lain. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan bibit durian unggul bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara yaitu: mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk media promosi, tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk, menjalin kerjasama dengan penangkar bibit durian lokal, menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta, meningkatkan daya saing produk serta promosi. (4) Prioritas strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran bibit unggul Durian Bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara berdasarkan analisis QSPM ialah menjalin kemitraan dengan Pemerintah baik negeri maupun swasta dengan STAS/Sum Total Attractive Score (Jumlah Total Nilai Daya Tarik) 6,164, menjalin kerjasama dengan penangkar bibit durian lokal dengan STAS/Sum Total Attractive Score (Jumlah Total Nilai Daya Tarik) 6,065, mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk media promosi STAS/Sum Total Attractive Score (Jumlah Total Nilai Daya Tarik) 5,504.

Kata kunci: bibit unggul, durian bintana, analisis SWOT.

ABSTRACT. The research objectives were to determine (1) the process and techniques for the seedlings of superior Durian Bintana (*Durio zibethinus*), (2) internal and external factors in marketing superior seeds for Durian Bintana (*Durio zibethinus*), (3) identify strategic factors and alternative strategies. which can be applied in the marketing of superior seeds of Durian Bintana (*Durio zibethinus*), (4) determining priority strategies that can be applied in marketing superior seeds of Durian Bintana (*Durio zibethinus*). The research was conducted at the Horticultural Mains Seed Technical Implementation Unit, Johor Building, Food Crops and Horticulture Service, North Sumatra Province in July-September 2020. Data analysis used a SWOT matrix and descriptively. The results showed that (1) The propagation technique of the Bintana durian seedlings was carried out by vegetative propagation. (2) Internal factors and external factors in UPT. BIH Gedung Johor Department of Food Crops and Horticulture, North Sumatra Province, Internal Factors: Products, Labor, Prices, Promotion. External Factors: Government, Consumers, Competitors, Technology. (3) Strategic factors in marketing superior seedlings of Bintana durian at UPT. BIH Gedung Johor Department of Food Crops and Horticulture, North Sumatra Province Strengths: Certified products, Weaknesses: Delay in budget disbursement, Opportunities: Cooperation with government / private agencies, Threats: Consumers who prefer other varieties of durian seeds. Alternative strategies that can be applied in marketing superior durian bintana seeds in UPT. BIH Gedung Johor Department of Food Crops and Horticulture, North Sumatra Province, namely: optimizing the use of various media for promotional media, maintaining consumer confidence in product quality, collaborating with local durian seed breeders, establishing partnerships with both public and private governments, increasing competitiveness products and promotions. (4) Priority strategies that can be applied in marketing superior seeds of Durian Bintana at UPT. BIH Johor Building Department of Food Plants and Horticulture of North Sumatra Province based on QSPM analysis is to establish partnerships with the Government both public and private with STAS /

Sum Total Attractive Score (Total Value of Attractiveness) 6,164, collaborating with local durian seed breeders with STAS / Sum Total Attractive Score 6,065, optimizing the use of various media for promotional media. STAS / Sum Total Attractive Score 5,504.

Keywords: superior seeds, durian bintangana, SWOT analysis

I. PENDAHULUAN

Durian Bintangana adalah durian varietas unggul asal Medan Sumatera Utara. Durian lokal Medan ini digemari masyarakat Sumatera Utara karena rasanya yang manis, pahit, dan legit sangat cocok bagi lidah penikmat durian, selain itu karena ukuran buahnya yang cukup besar yang bisa mencapai 6 kg per buah dan memiliki masa berbuah yang tergolong cepat.

Berdasarkan data dari Dinas Tanaman Pangan Sumatera Utara, Angka Tetap (ATAP) produksi durian Sumut tahun 2017 mencapai 64.659 ton dihasilkan dari lahan pertanaman seluas 4.708 Ha. Tahun 2018, melalui Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD), ada bantuan bibit durian sebanyak 3.000 batang untuk Kabupaten Padang Lawas, Asahan dan Tapanuli Selatan. Sedangkan dari APBD sebanyak 14.000 batang untuk di Langkat dan masih proses lelang.

Menurut Kepala Bidang Hortikultura Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Sumatera Utara, Dirjam Angkasa, Sumut memiliki bibit durian unggul yang sudah banyak ditanam di berbagai provinsi seperti durian kane, durian bintangana, durian otong dan durian matahari.

Tabel 1.1. Penjualan Bibit Durian di UPT BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara (batang)

No.	Jenis Durian	2017	2018	2019
1.	Kane	625	625	1.875
2.	Bintangana	625	625	1.875
3.	Otong	625	625	1.875
4.	Matahari	625	625	1.875
	Jumlah	2.500	2.500	7.500

Sumber : UPT BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura provinsi Sumatera Utara Tahun 2020

Untuk lebih memasyarakatkan durian varietas unggul asal Medan, maka perlu dilakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pemasaran Bibit Unggul Durian Bintangana (*Durio zibethinus*) di UPT BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara”.

II. METODE PENELITIAN

2.1. Lokasi, Waktu, dan Ruang Lingkup Penelitian

a. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Unit Pelaksana Teknis Benih Induk Hortikultura Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. Penentuan daerah penelitian dilakukan secara *purposive* (sengaja) dengan pertimbangan bahwa tempat ini merupakan penghasil bibit unggul tanaman yang bermutu tinggi dan bersertifikat. Penelitian dilaksanakan mulai bulan Juli-September 2020.

2.2. Metode Analisis Data

Untuk mengetahui proses dan teknik pembibitan menggunakan analisis deskriptif berdasarkan data primer dengan menggunakan daftar pertanyaan (*questioner*) dan wawancara kepada sampel responden.

Untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam pemasaran bibit unggul Durian Bintangana (*Durio zibethinus*) digunakan analisis *internal factor evaluation* (IFE) dan *eksternal factor evaluation* (EFE).

2.3. Identifikasi Faktor-faktor Strategis dan Alternatif Strategi

2.3. Prioritas Strategi

Untuk menentukan prioritas strategi dalam pemasaran bibit unggul Durian (*Durio zibethinus*) di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara menggunakan analisis Matriks QSP. Matriks QSP digunakan untuk memilih strategi terbaik yang paling cocok dengan lingkungan pemasaran. Alternatif strategi yang memiliki nilai total daya tarik terbesar merupakan strategi yang paling baik.

Enam tahapan dalam pembuatan matriks QSP yang harus dilakukan, yaitu :

1. Membuat daftar faktor-faktor strategi yang didapat dari Matriks SWOT
2. Membuat bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (amat penting). Bobot menunjukkan kepentingan relatif dari faktor tersebut. Jumlah seluruh bobot yang diberikan harus sama dengan 1,0.
3. Memeriksa matriks SWOT dan mengenali strategi-strategi alternatif yang harus dipertimbangkan untuk diterapkan.
4. Menentukan Nilai Daya Tarik (*Attractive Score/AS*) yang didefinisikan sebagai angka yang menunjukkan daya tarik relatif masing-masing strategi pada suatu rangkaian alternatif tertentu. Nilai Daya Tarik ditentukan dengan memeriksa masing-masing faktor keberhasilan, satu per satu sambil mengajukan pertanyaan, Cakupan Nilai Daya Tarik adalah 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = wajar menarik, 4 = sangat menarik. Jika jawaban atas pertanyaan tersebut adalah tidak, hal tersebut menunjukkan bahwa masing-masing faktor kunci tidak mempunyai pengaruh atas pilihan khusus yang dibuat.
5. Menghitung Total Nilai Daya Tarik (*Total Attractive Score/TAS*). Total Nilai Daya Tarik diperoleh dari hasil mengalikan bobot (langkah 2) dengan Nilai Daya Tarik di masing-masing (langkah 4). Total Nilai Daya Tarik menunjukkan daya tarik relatif

dari masing-masing strategi alternatif, dengan hanya mempertimbangkan dampak dari faktor keberhasilan krisis eksternal atau internal yang bebrdekatan. Semakin tinggi Nilai Total Daya Tarik, semakin menarik strategi alternatif tersebut.

6. Menghitung jumlah Total Nilai Daya Tarik ($Sum\ Total\ Attractive\ Score/STAS$). Jumlah Total Nilai Daya Tarik mengungkapkan strategi yang paling menarik dalam rangkaian alternatif. Besarnya perbedaan antara Jumlah Total Nilai Daya Tarik suatu rangkaian strategi-strategi alternatif menunjukkan tingkat relatif dikehendaknya suatu strategi daripada yang lain.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Identifikasi Faktor Internal (Kekuatan dan Kelemahan) dan faktor Eksternal (Peluang dan Ancaman)

3.1.1 Faktor Internal

Faktor internal (kekuatan dan kelemahan) yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara dapat diidentifikasi sebagai berikut:

A. Kekuatan yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara sebagai berikut.

1. Produk bersertifikat

Bibit-bibit durian yang ada di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara merupakan bibit-bibit yang bersertifikat.

2. Ketersediaan setiap musim

Bibit yang ada di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tersedia pada setiap musim.

Tabel 3.1 Data Jenis Tanaman Durian /Stok Opname (batang)

Varietas	Bulan				
	Agst.	Sep	Okt	Nop.	Des.
Kane	300	60	50	43	400
Bintana	800	500	500	1.30	2.20
				0	0
Otong	1.10	950	700	150	600
	0				
Matahari	300	300	220	620	550

Sumber :UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tahun 2019

3. Harga terjangkau

Harga bibit durian di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tergolong masih terjangkau, tergantung tinggi tanaman yaitu mulai dari Rp. 10.000 dengan tinggi tanaman sekitar 50 cm, umur tanaman 3 bulan.Harga paling mahal antara Rp. 350.000 hingga Rp. 400.000.dibandingkan dengan penangkar bibit durian yang ada di kabupaten deli serdang yang bernama bibit durian medan yang menjual bibit durian mulai dari harga 7.000 sampai 500.000.

4. Promosi secara berkala

UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara setiap tahunnya mengikuti acara seperti pameran, event dan sebagainya yang menjadi salah satu tempat untuk mempromosikan bibit-bibit unggul yang ada di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. Salah satu event yang dilakukan setiap tahun secara bergiliran di kabupaten/kota ialah pasar petani provinsi sumatera utara. 5. Selalu menjaga nama baik serta kepercayaan konsumen

Selalu mengutamakan permintaan konsumen agar tetap menjaga nama baik UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera

Utara serta terus dipercaya oleh konsumennya.

B. Kelemahan yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara adalah

1. Program kerja mengikuti anggaran pemerintah

Anggaran yang diberikan oleh pemerintah merupakan modal untuk melakukan perbanyakan benih serta perawatan benih tersebut. Dengan keterlambatan pencairan anggaran menjadi kendala dalam proses perbanyakan tanaman.

2. Kurangnya koordinasi antara Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara maupun Kabupaten/Kota dengan UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Untuk menjaga ketersediaan bibit, Dinas Pertanian Provinsi Sumatera Utara maupun Kabupaten/Kota harus ada kerjasama dengan UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara dalam hal penyediaan bibit yang dibutuhkan.

3. Terbatasnya tenaga kerja untuk pengelolaan kebun/lapangan

Terbatasnya tenaga kerja untuk pengelolaan kebun/lapangan berdampak terhadap pengelolaan kebun (penyiraman, perawatan tanaman dan lain-lain).Tenaga kerja sangatlah diperlukan tetapi UPT.

Sumber Daya Manusia merupakan faktor yang paling penting dalam kegiatan apapun termasuk di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Tabel 3.2 Sumber Daya Manusia

Golongan	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
Gol IV	-	1	1
Gol III	8	13	21
Gol II	6	6	12

Gol I	1	1	2
Honor	14	4	18

Sumber :UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tahun 2019

3.1.2. Faktor Eksternal

Faktor Eksternal (peluang dan ancaman) yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara dapat diidentifikasi sebagai berikut. Peluang yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara meliputi yaitu :

1. Kerjasama dengan instansi pemerintah/swasta

UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara berada dalam naungan pemerintahan yang artinya peran pemerintah dan lembaga swasta dalam pemasaran bibit di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara sangat besar. Salah satunya bekerjasama dengan CV. Agro Bina Usaha (Desa Liang Pematang, Kecamatan STM Hulu, Kabupaten Deli Serdang).

2. Minat konsumen tinggi

Permintaan dari konsumen tergolong tinggi dapat dilihat dari data dibawah ini yang menunjukkan adanya peningkatan yang cukup signifikan dari bulan November sampai desember.

Tabel 3.3 Data Jenis Tanaman Durian/Stol Opname (batang)

Varietas	Bulan				
	Agst	Sep	Okt	Nop	Des.
Kane	300	60	50	43	400
Bintana	800	500	500	1.30	2.20
				0	0
Otong	1.100	950	700	150	600
Matahar	300	300	220	620	550

Sumber :UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tahun 2019

3. Koorodinasi antar penangkar bibit

Kerjasama antar penangkar bibit durian merupakan cara agar saling berbagi informasi mengenai bibit durian dan menjadi tempat diskusi antar penangkar bibit durian

Petani penangkar binaan UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

- Kota Binjai/Langkat 13 orang/kelompok
- Kabupaten Deli Serdang 7 orang/kelompok
- Kabupaten Serdang Bedagai 3 orang/kelompok
- Kota Tanjung Balai 3 orang/kelompok
- Kabupaten Asahan 11 orang/kelompok
- Kabupaten Simalungun 3 orang/kelompok
- Kabupaten Karo 7 orang/kelompok

4. Perkembangan teknologi informasi.

Perkembangan teknologi informasi semakin memudahkan untuk sarana promosi agar semakin banyak diketahui oleh masyarakat luas.

Ancaman yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara meliputi :

1. Konsumen yang lebih memilih bibit durian lain

Setiap konsumen mempunyai anggapan yang berbeda-beda mengenai sesuatu hal apapun itu, termasuk dalam memilih bibit durian.

Tabel 3.4 Penjualan Bibit Durian di Beberapa Tempat Sekitar Medan

No.	Penjual Bibit	Jenis Durian
1.	Bella Nursery	Durian Kane
2.	Asry Nursery	Durian Petruk
3.	Bibit Durian Medan	Durian Bawor

Sumber : Bella Nursery, Asry Nursery, Bibit Durian Medan

2. Adanya impor bibit durian/buah durian

Impor bibit durian menjadi ancaman bagi bibit durian local, karena masyarakat masih mempercayai bahwa produk impor lebih bagus daripada produk lokal. Jenis durian impor : durian musang king, durian Ochee, durian masmuar.

3. Persaingan dari bibit durian luar daerah

Semakin banyaknya varietas dari luar daerah, maka semakin menjadi saingan buat bibit durian bintana, di antaranya ialah durian kane, durian otong, durian matahari, durian petruk, durian bawor, durian ajimah.

4. Harga bersaing dengan pasar

Harga pada UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara berbeda dipasaran, dipasaran para penjual bibit durian menjual bibit durian dengan harga yang beragam tanpa memikirkan kerugian yang didapatkan.

3.3.3. Evaluasi Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Kekuatan dan kelemahan yang teridentifikasi tersebut, selanjutnya disusun ke dalam *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE), sedangkan peluang dan ancaman yang teridentifikasi disusun ke dalam *Matriks Eksternal Factor Evaluation* (EFE).

3.3.3.1 Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

Tabel 3.5. Analisis Matriks Internal Factor Evaluation (IFE)

No.	Faktor Internal Kekuatan	Bobot	Rating	Skor
1.	Produk Bersertifikat	0,147	4	0,588
2.	Ketersediaan Setiap Musim	0,143	4	0,572
3.	Harga Terjangkau	0,132	4	0,528
4.	Promosi Secara Berkala	0,103	3	0,309
5.	Selalu Menjaga Nama Baik dan Kepercayaan Konsumen	0,118	3	0,354

No.	Kelemahan	Bobot	Rating	Skor
1.	Program Kerja Mengikuti Anggaran Pemerintah	0,143	4	0,572
2.	Kurangnya Kordinasi Antara Dinas Pertanian Prop. Sumatera Utara Maupun Kab/Kota Dengan UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura Propinsi Sumatera Utara	0,059	2	0,118
3.	Terbatasnya Tenaga Kerja Untuk Pengelolaan Kebun	0,084	2	0,168
4.	Terbatasnya Sumber Daya Manusia	0,066	2	0,132
Total		1,00		3,341

Sumber : Analisis Data Primer UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Berdasarkan analisis faktor internal diidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara berdasarkan tabel diatas diperoleh gambaran bahwa faktor internal yang berupa kekuatan yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara adalah produk bersertifikat dengan skor tertinggi sebesar 0,588 sedangkan yang berupa kelemahan yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara ialah Program kerja mengikuti anggaran pemerintah dengan skor tertinggi 0,572. Skor *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE) yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara sebesar 3,341 menunjukkan bahwa reaksi UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara terhadap faktor-faktor internal UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara tergolong kuat.

3.3.2 Analisis Matriks eksternal Factor Evaluation (EFE)

Tabel 3.6 Analisis Matriks Eksternal Factor Evaluation (EFE)

No.	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Peluang				
1.	Kerjasama Dengan Instansi Pemerintah dan Swasta	0,168	4	0,672
2.	Minat Konsumen Tinggi	0,155	4	0,620
3.	Koordinasi Antar Penangkar Bibit	0,134	3	0,402
4.	Perkembangan Teknologi Informasi	0,105	2	0,210
Ancaman				
1.	Konsumen Yang Lebih Memilih Bibit Durian Varietas Lain	0,113	3	0,339
2.	Adanya Import Bibit Durian /Buah Durian	0,100	2	0,200
3.	Persaingan Dari Bibit Durian Luar Daerah	0,113	3	0,339
4.	Harga Bersaing Dengan Pasar	0,109	3	0,327
Total		1,00		3,109

Sumber : Analisis Data Primer UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Berdasarkan analisis faktor eksternal diidentifikasi peluang dan ancaman yang dimiliki UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara berdasarkan tabel di atas diperoleh gambaran bahwa faktor eksternal berupa peluang yang dimiliki UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara adalah Kerjasama dengan instansi pemerintah/swasta dengan skor tertinggi 0,672 sedangkan ancaman yang dimiliki UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara adalah Konsumen yang lebih memilih bibit durian varietas lain dan persaingan dari bibit durian luar daerah dengan skor tertinggi sama-sama sebesar 0,339. Skor *Eksternal Factor Evaluation* (EFE) yang dimiliki oleh UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara sebesar 3,109 menunjukkan bahwa reaksi UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara terhadap faktor-faktor eksternal tergolong kuat.

3.3 Analisis Faktor-Faktor Strategis dan Alternatif Strategi

3.3.1 Analisis Faktor-Faktor Strategis

Strategi pemasaran bibit unggul durian bintanga merupakan usaha untuk meningkatkan pemasaran bibit unggul durian bintanga yang merupakan durian khas asal Medan, Sumatera Utara. Dengan menerapkan strategi pemasaran bibit unggul durian bintanga yang efektif diharapkan mampu meningkatkan produksi bibit unggul durian bintanga. Perumusan strategi pemasaran bibit unggul durian bintanga diawali dengan mengidentifikasi faktor – faktor Internal dan eksternal untuk kemudian dianalisis dengan menggunakan Matriks Profil Kompetitif. Hasil dari analisis Matriks Profil Kompetitif ini akan menunjukkan posisi dan pesaing utama bibit unggul durian bintanga di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara.

a. Analisis Faktor Internal

Analisis faktor internal dilakukan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bibit durian bintanga sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan alternatif strategi pemasaran. Adapun faktor-faktor internal dalam pemasaran bibit durian bintanga di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara yaitu :

1) Produk

Produk yang ditawarkan adalah bibit durian bintanga yang merupakan durian lokal Medan. Bagi sebagian kalangan durian bintanga ini sangat digemari masyarakat Sumatera Utara karena rasanya yang manis, pahit, dan legit serta daging buahnya yang tebal sangat cocok bagi penikmat durian. Durian bintanga membutuhkan waktu berbuah berkisar antara 4,5-5 tahun setelah bibit ditanam.

2) Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan salah satu faktor penting dalam suatu kegiatan produksi. Tenaga kerja dalam pembibitan bibit durian bintana diperlukan untuk melakukan proses pembibitan durian bintana, tenaga kerja yang dipakai berjumlah 3 orang.

3) Harga

Harga merupakan nilai pemasaran yang berpengaruh langsung terhadap laba yang diperoleh. Dalam menetapkan harga produk, UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara menetapkan harga berdasarkan dari kedinasan. Harga bibit durian bintana sama dengan harga bibit lokal lainnya yg dijual di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara.

4) Promosi

Promosi yang dilakukan dalam pemasaran bibit durian bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara ialah setiap tahunnya mengikuti acara seperti event yang menjadi salah satu tempat untuk mempromosikan bibit-bibit unggul yang ada di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara.

b. Analisis Faktor Eksternal

1)Pemerintah

Pemerintah merupakan salah satu elemen kelembagaan pendukung dalam kegiatan perdagangan bibit durian bintana. Peran pemerintah sangat strategis dan berpengaruh terhadap kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan perkembangan pemasaran bibit durian bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. Usaha yang dilakukan pemerintah daerah untuk meningkatkan produksi bibit durian bintana dengan memberitahu pihak-pihak lain (swasta) agar membeli bibit durian bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi

Sumatera Utara yang sudah dikenal dengan bibit-bibit bersertifikasi.

2) Konsumen

Konsumen merupakan penyambung tali pemasaran yang sangat penting dalam kelangsungan pemasaran bibit durian bintana. Konsumen bibit durian bintana membeli bibit tersebut karena durian bintana memiliki daging buah durian yang tebal dan bijinya yang kecil, serta durian bintana merupakan durian unggul asal Medan.

3) Pesaing

Pesaing dari bibit durian bintana ini adalah bibit-bibit durian lokal yang berasal dari daerah lain. Bagi orang awam bibit durian lokal lainnya kerap dicari atau dibeli oleh konsumen karena merasa semua bibit durian itu sama saja antara yang satu dengan yang lain. Disamping itu bibit durian yang berasal dari daerah lain banyak dipasarkan di tempat-tempat penjual bibit tanaman, sehingga menyebabkan konsumen bibit durian cenderung membeli bibit durian yang lebih dekat dari daerah tempat tinggal mereka.

4) Teknologi

Pada zaman sekarang ini kata teknologi bukan lagi kata yang asing di telinga kita, semua orang sudah menggunakan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya. Teknologi membantu kita untuk berkomunikasi jarak jauh, menyebarkan informasi serta hal lainnya yang dapat dilakuin dengan keberadaan saat ini. Dalam hal ini teknologi sangat membantu untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas tentang UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara yang menjual berbagai bibit-bibit unggul salah satunya bibit durian bintana.

c. Identifikasi Faktor Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman

Adapun hasil identifikasi berdasarkan hasil analisis faktor internal

dan eksternal pada pemasaran bibit durian bintana adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7. Identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam pemasaran bibit unggul durian bintana di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara.

Faktor Internal	K e k u a t a n	K e l e m a h a n
1. Produk 2. Tenaga Kerja 3. Harga 4. Promosi	<ul style="list-style-type: none"> • Produk bersertifikat • Ketersediaan setiap musim • Harga terjangkau • Promosi secara berkala • Selalu menjaga nama baik serta kepercayaan konsumen 	<ul style="list-style-type: none"> • Program kerja mengikuti anggaran pemerintah • Kurangnya koordinasi antara Dinas Pertanian Provinsi Sumut maupun Kab/Kota dengan UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara • Terbatasnya tenaga kerja untuk pengelolaan kebun • Terbatasnya sumber daya manusia
Faktor Eksternal	P e l u a n g	A n c a m a n
1. Pemerintah 2. Konsumen 3. Pesaing 4. Teknologi	<ul style="list-style-type: none"> • Kerjasama dengan instansi pemerintah/swasta • Minat konsumen Tinggi • Koordinasi antar penangkar bibit durian • Perkembangan teknologi informasi 	<ul style="list-style-type: none"> • Konsumen yang lebih memilih bibit durian varietas lain • Adanya impor bibit durian/ buah durian • Persaingan dari bibit durian luar daerah • Harga bersaing dengan pasar

Sumber : UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

3.3.2. Alternatif Strategi Pemasaran

Alternatif strategi pemasaran bibit durian bintana yang dapat diterapkan dirumuskan dengan menggunakan Matriks SWOT. Matriks SWOT menggambarkan secara jelas kekuatan dan kelemahan yang ada pada bibit durian bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara dipadukan dengan peluang dan ancaman yang terdapat di dalam pemasaran bibit durian bintana sehingga dapat dihasilkan

rumusan alternatif strategi yang merupakan kombinasi dari kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi W-T, dan strategi S-T. Dengan mengkombinasikan faktor internal dan eksternal maka diperoleh beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran bibit durian bintana di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, sebagaimana yang tertulis dalam matriks SWOT berikut ini:

Tabel 3.8. Matriks SWOT Pemasaran Bibit Durian Bintana di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Strengths (S)	Weaknesses (W)
1. Produk Bersertifikat 2. Ketersediaan Setiap Musim 3. Harga Terjangkau 4. Promosi Secara Berkala 5. Selalu Menjaga Nama Baik dan Kepercayaan Konsumen	1. Program Kerja Mengikuti Anggaran Pemerintah 2. Kurangnya Kordinasi Antara Dinas Pertanian Prop. Sumatera Utara Maupun Kab/Kota Dengan UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan Dan Hortikultura Propinsi Sumatera Utara 3. Terbatasnya Tenaga Kerja Untuk Pengelolaan Kebun 4. Terbatasnya Sumber Daya Manusia

<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama Dengan Instansi Pemerintah dan Swasta 2. Minat Konsumen Tinggi 3. Koordinasi Antar Penangkar Bibit 4. Perkembangan Teknologi Informasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki bibit durian bintangana (S1, S2, S3, O2) 2. Mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk promosi (S1, O1, O2, O4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk (W2, O2) 2. Menjalin kerjasama dengan penangkar bibit durian local (W2, O1, O3)
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Konsumen Yang Lebih Memilih Bibit Durian Varietas Lain 2. Adanya Import Bibit Durian /Buah Durian 3. Persaingan Dari Bibit Durian Luar Daerah 4. Harga Bersaing Dengan Pasar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta (S5, T1, T3, T4) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan daya saing produk serta promosi (W1, W4, T1, T2)

Sumber : UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara, 2020

Dari tabel 3.8 dapat ditunjukkan beberapa alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pemasaran bibit durian bintangana di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara antara lain

a. Strategi S-O

Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) atau strategi kekuatan-peluang merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif S-O yang dapat dirumuskan ialah

- Menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki bibit durian bintangana

Apalagi bibit durian bintangana ini merupakan bibit durian asal Medan. Dengan adanya pemberian informasi ini diharapkan mampu meningkatkan pemasaran bibit durian bintangana di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara.

- Mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk media promosi

Adanya perkembangan teknologi informasi diharapkan dapat dimanfaatkan dengan optimal untuk menunjang promosi bibit durian bintangana. Oleh karena itu,

keterbatasan dalam hal promosi dapat dikendalikan dengan penggunaan media promosi yang ada saat ini, salah satunya ialah internet. UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara yang dibantu oleh pemerintah daerah dapat mempromosikan bibit durian bintangana lewat website pemerintah daerah maupun website lainnya.

b. Strategi W-O

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) atau strategi kelemahan-peluang merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-O yang dapat dirumuskan ialah :

- Tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk

Salah satu upaya yang dapat dilakukan UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara dalam menghadapi persaingan ialah dengan memanfaatkan kekuatan berupa kualitas bibit durian bintangana yang dimiliki.

- Menjalin kerjasama dengan penangkar bibit durian lokal

Koordinasi antar penangkar bibit durian lokal sangat penting untuk memajukan bibit durian lokal asal Medan ini. Dengan cara seperti ini secara tidak langsung dapat mempromosikan bibit-bibit durian lokal salah satunya bibit durian bintangana, dan diharapkan alternatif strategi ini dapat meningkatkan pemasaran bibit durian bintangana.

c. Strategi S-T

Strategi S-T (*Strength-Threatness*) atau strategi kekuatan-ancaman merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi S-T yang dapat dirumuskan ialah :

- Menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta
Terjalannya kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta dapat memudahkan UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara dalam pemasaran bibit-bibit durian lokal. Pemerintah baik negeri maupun swasta diharapkan dapat membantu mempromosikan bibit durian bintangana serta dapat membantu menyelesaikan kesulitan-kesulitan lain yang dialami.

d. Strategi W-T

Strategi W-T (*Weakness-Threatness*) atau strategi kelemahan-ancaman merupakan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang ada untuk memanfaatkan peluang eksternal. Alternatif strategi W-T yang dapat dirumuskan ialah :

- Meningkatkan daya saing produk serta memperkuat promosi
Pelaksanaan strategi ini didukung dengan adanya kekuatan berupa kualitas bibit durian bintangana yang tetap terjaga dari waktu ke waktu sehingga konsumen bibit durian bintangana merasa puas akan kualitas yang dimiliki bibit durian bintangana.

Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) : tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk dan menjalin kerjasama dengan penangkar bibit durian lokal. Strategi S-T (*Strength-Threatness*) : menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta. Strategi W-T (*Weakness-Threatness*) : meningkatkan daya saing produk serta memperkuat promosi.

3.4 Prioritas Strategi

a. Menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki bibit durian bintangana

Keunggulan suatu produk dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi konsumen. Keunggulan yang dimiliki bibit durian bintangana /buah durian bintangana ialah bibitnya bersertifikat, bibit sesuai dengan pohon induk yang ada di kebun sebagai contoh tanaman durian bintangana, pohonnya hanya mencapai 10 meter, buah daging durian bintangana tebal, bijinya kecil, warna daging buahnya kuning keemasan, rasa daging buahnya manis pahit serta legit, dan aroma buahnya harum menyengat.

b. Mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk media promosi

Kegiatan pemasaran sangat penting bagi semua pelaku usaha baik yang berskala besar maupun kecil. Perkembangan teknologi informasi atau media komunikasi di era digital sangat cepat, media sosial yang awalnya banyak digunakan hanya sebagai sarana mengekspresikan diri saat ini berkembang menjadi platform digital marketing yang paling banyak digunakan sebagai media promosi.

c. Tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk

Untuk menjaga kepercayaan konsumen, salah satunya dengan cara tetap menjaga kualitas produk bahkan menambah kualitasnya agar lebih baik dari yang sebelumnya, jangan sampai kualitasnya menurun karena dengan

menurunnya kualitas produk dapat menurunkan daya beli dari konsumen.

d. Menjalin kerjasama dengan penangkar bibit durian lokal

Menjalin kerjasama dengan para penangkar bibit durian lokal merupakan cara yang tepat ntuk merangkul semua para penangkar bibit durian untuk berdiskusi tentang hal apa mengenai bibit durian serta dapat menjadi alat bertukar informasi bagi semua para penangkar bibit durian untuk lebih bisa memajukan serta mengembangkan produksi bibit-bibit durian lokal.

e. Menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta

Terjalannya kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta merupakan kunci bagi UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara untuk mengembangkan usaha ini. Promosi yang dapat dilakukan bisa dalam bentuk media cetak maupun elektrik , seperti iklan di televisi maupun internet.

f. Meningkatkan daya saing produk serta memperkuat promosi

Promosi menjadi sarana sebagai salah satu cara untuk memasarkan atau menawarkan bibit durian bintangana, semakin banyak yang mengetahui keberadaan bibit durian bintangana, maka semakin banyak juga yang memproduksi durian bintangana yang merupakan durian asal medan.

Tabel 3.9. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) Pemasaran Bibit Durian Bintangana UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	A l t e r n a t i f S t r a t e g i											
		1		2		3		4		5		6	
			TAS		TAS		TAS		TAS		TAS		TAS
F a k t o r		I				n				t			
1. Produk bersertifikat	0,147	4	0,588	4	0,588	4	0,588	4	0,588	4	0,588	4	0,588
2. Ketersediaan setiap musim	0,143	3	0,429	3	0,429	4	0,572	4	0,572	4	0,572	3	0,429
3. Harga terjangkau	0,132	3	0,396	3	0,396	4	0,528	3	0,396	4	0,528	3	0,396
4. Promosi secara berkala	0,103	3	0,309	3	0,309	3	0,309	4	0,412	3	0,309	3	0,309
5. Selalu menjaga nama baik serta kepercayaan konsumen	0,118	3	0,354	3	0,354	3	0,354	3	0,354	3	0,354	3	0,354
6. Program kerja mengikuti anggaran pemerintah	0,143	2	0,286	2	0,286	2	0,286	3	0,429	2	0,286	3	0,429
<small>*1. Bagaimana berkolaborasi dengan Pemerintah Provinsi Sumut, maupun Balai Wilayah dengan UPT, BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara</small>	0,059	2	0,118	2	0,118	2	0,118	3	0,177	3	0,177	3	0,177
8. Terbatasnya tenaga kerja untuk pengelolaan kebun	0,084	2	0,168	2	0,168	2	0,168	2	0,168	2	0,168	3	0,252
9. Terbatasnya sumber daya manusia	0,066	2	0,132	2	0,132	2	0,132	2	0,132	2	0,132	3	0,198
T o t a l B o b o t	1,00												
F a k t o r		E				k				s			
1. Kerjasama dengan instansi pemerintah/swasta	0,168	3	0,504	4	0,672	3	0,504	4	0,672	4	0,672	4	0,672
2. Minat konsumen tinggi	0,155	3	0,465	3	0,465	2	0,31	3	0,465	3	0,465	3	0,465
3. Koordinasi antar penangkar bibit durian	0,134	3	0,402	3	0,402	2	0,268	3	0,402	3	0,402	3	0,402
4. Perkembangan teknologi informasi	0,105	3	0,315	3	0,315	2	0,21	3	0,315	3	0,315	3	0,315
5. Konsumen yang lebih memilih bibit varietas lain	0,113	2	0,226	2	0,226	2	0,226	3	0,339	3	0,339	2	0,226
6. Adanya impor bibit durian	0,100	2	0,2	2	0,2	2	0,2	2	0,2	3	0,3	2	0,2
7. Persaingan dari bibit durian luar daerah	0,113	2	0,226	2	0,226	2	0,226	2	0,226	3	0,339	2	0,226
8. Harga bersaing dengan pasar	0,109	2	0,218	2	0,218	2	0,28	2	0,218	2	0,218	2	0,218
T o t a l B o b o t	1,00												
Sum Total Attractive Score		5,336		5,504		4,942		6,065		6,164		5,856	

Sumber : UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Keterangan :AS = Attractive Score (Nilai Daya Tarik)

TAS = *Total Attractive Score* (Total Nilai Daya Tarik)

STAS = *Sum Total Attractive Score* (Jumlah Total Nilai Daya Tarik)

Berdasarkan hasil analisis menggunakan QSPM strategi pemasaran terbaik yang dapat diterapkan dalam memasarkan bibit durian bintana di UTP. Dengan penerapan strategi pemasaran yang efektif yang dihasilkan dari analisis QSPM diharapkan mampu meningkatkan pemasaran bibit durian di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. Dengan menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta semoga semakin berpeluang besar bagi keberlangsungan pemasaran bibit durian bintana di UTP. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara untuk kedepannya. Peningkatan pemasaran bibit durian bintana akan berpengaruh pada peningkatan pendapatan serta kemajuan usaha sebagai salah satu usaha potensial di di UTP.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Teknik Pembibitan Durian Bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. Teknik perbanyak bibit durian bintana dilakukan dengan perbanyak vegetatif.
2. Faktor Internal dan faktor Eksternal di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara adalah Faktor Internal : Produk, Tenaga kerja, Harga, Promosi. Faktor Eksternal : Pemerintah, Konsumen, Pesaing, Teknologi
3. a. Faktor-faktor Strategis dalam pemasaran bibit unggul durian bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara ialah kekuatan : produk bersertifikat, kelemahan : program kerja mengikuti anggaran pemerintah, Peluang: kerjasama dengan instansi pemerintah/swasta, ancaman: konsumen

yang lebih memilih bibit durian varietas lain.

- b. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam memasarkan bibit durian unggul bintana di UPT. BIH Gedung Johor Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara yaitu : Strategi S-O (*Strength-Opportunity*) : menginformasikan kelebihan-kelebihan yang dimiliki bibit durian bintana dan mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk media promosi. Strategi W-O (*Weakness-Opportunity*) : tetap menjaga kepercayaan konsumen dengan kualitas produk dan menjalin kerjasama dengan dengan penangkar bibit durian lokal. Strategi S-T (*Strength-Threatness*) : menjalin kemitraan dengan pemerintah baik negeri maupun swasta. Strategi W-T (*Weakness-Threatness*) : meningkatkan daya saing produk serta promosi
4. Prioritas strategi yang dapat diterapkan berdasarkan analisis QSPM ialah Menjalinkan Kemitraan dengan Pemerintah Baik Negeri maupun Swasta dengan STAS/*Sum Total Attractive Score* (Jumlah Total Nilai Daya Tarik) 6,164. Menjalinkan kerjasama dengan penangkar bibit durian lokal dengan STAS/*Sum Total Attractive Score* (Jumlah Total Nilai Daya Tarik) 6,065. Mengoptimalkan penggunaan berbagai media untuk media promosi STAS/*Sum Total Attractive Score* (Jumlah Total Nilai Daya Tarik) 5,504.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas.2020.*Panduan Lengkap Menanam dan Membudidayakan Durian*.<https://kutanam.com>(13 Juni 2020)
- Dinastph. 2019. *UPT BIH Gedung Johor-Dinas TPH SUMUT-Provinsi Sumatera Utara*. <https://dinastph.sumutprov.go.id>

Laksana, Fajar. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Mukminatn,SN. 2011. *Strategi Pemasaran Durian Sanggaran* . [https:// digilib.uns.ac.id](https://digilib.uns.ac.id)

Suhartanto, M.Rahmad dan Endang Gunawan. 2012. *Untung Besar dari Bisnis Bibit Tanaman Buah*. Jakarta Selatan: PT AgroMedia Pustaka

Tedjo,Widyawati. 2020. *Profil UPT Benih Induk Hortikultura Gedung Johor Medan*. <https://adoc.tips>