

ANALISIS PERAN KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN DURIAN LOKAL DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA WONOSALAM KABUPATEN JOMBANG

Nevi Susanti¹, Dr. Heru Totok Tri Wahono, S.Pd., M.Pd.²

Pendidikan Ekonomi, STKIP PGRI Jombang

Email: nevisusanti399@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi berdasarkan persaingan usaha dibidang yang sama, menuntut petani durian lokal Wonosalam menentukan upaya yang tepat dalam menjalankan usahanya dari menyampaikan kualitas produk dan menerapkan strategi pemasaran agar menarik minat beli masyarakat. Dengan menunjukkan keunggulan buah dari bentuk, warna, rasa daging buah dan menerapkan strategi pemasaran diharapkan dapat meningkatkan usahanya dan produk tetap eksis dipasaran. Penelitian ini untuk mengetahui peran kualitas produk dan strategi pemasaran dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Wonosalam kabupaten Jombang.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan mewawancarai beberapa petani durian lokal di Desa Wonosalam sebanyak 5 orang, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, angket dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif terhadap data primer dan sekunder.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan strategi pemasaran dalam meningkatkan perekonomian masyarakat telah dirasa baik, dengan bertemu secara langsung dengan pembeli. Produk yang dipasarkan memiliki kualitas unggul karena banyak diminati pembeli. Penetapan harga pun disesuaikan dengan kualitas produk dari ukuran dan rasanya. Tempat usaha yang digunakan sudah strategis mudah dijangkau konsumen, pendistribusian produk masih terbilang sederhana yaitu melalui penebas maupun tengkulak. Jadi, upaya yang telah dilakukan petani durian lokal Wonosalam dengan mengandalkan kualitas produk dan menjalankan strategi pemasaran tersebut telah efektif dalam memasarkan durian lokal Wonosalam.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Strategi Pemasaran, Perekonomian Masyarakat

Abstract

This research is motivated by business competition in the same field, demanding local Wonosalam durian farmers determine the right efforts in running their business from conveying product quality and implementing marketing strategies to attract public buying interest. By showing the superiority of the fruit from the shape, color, taste of the fruit meat and implementing marketing strategies, it is hoped that it can increase its business and the product will continue to exist in the market. This study is to determine the role of product quality and marketing strategies in improving the community's economy in Wonosalam Village, Jombang Regency.

This research is a qualitative study by interviewing several local durian farmers in Wonosalam Village as many as 5 people, with sampling techniques using random sampling method. Data collection techniques through observation, interviews, questionnaires and documentation. The data analysis technique used in this research is descriptive qualitative of primary and secondary data.

The results of the study show that the quality of products and marketing strategies in improving the community's economy have been considered good, by meeting directly with buyers. The products marketed have superior quality because they are in great demand by buyers. Pricing is also adjusted to the quality of the product from the size and taste. The business place used is strategic, easily accessible to

consumers, product distribution is still fairly simple, namely through feller and middlemen. So, the efforts that have been made by Wonosalam local durian farmers by relying on product quality and carrying out these marketing strategies have been effective in marketing Wonosalam local durian.

Keywords: *Product Quality, Marketing Strategy, Community Economy*

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara tropis yang kaya akan buah-buahan. Buah-buahan menjadi salah satu bahan pangan yang sumber vitamin. Salah satu buah yang banyak dikembangkan di beberapa wilayah yang ada di Indonesia adalah buah durian. Buah durian menjadi salah satu komoditas unggulan yang dikembangkan di Desa Wonosalam Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang Jawa Timur. Kecamatan Wonosalam adalah salah satu wilayah penghasil durian terbesar di Jawa Timur. Salah satu varietas unggulan buah durian dari Desa Wonosalam yang banyak digemari wisatawan yaitu durian bido. Durian bido merupakan tanaman endemik Wonosalam yang saat ini keberadaannya mulai langka dan menjadi produk yang paling diburu para pencinta durian. Sebagai tanaman endemik tanaman ini sulit atau nyaris tidak bisa ditanaman di daerah lain. Kualitas durian Bido dapat ditemui dari bentuk fisik yang tidak terlalu besar namun berbau menyengat dan rasanya yang khas yaitu manis dan sedikit ada rasa pahit legit dengan daging buah berwarna putih kekuningan yang lembut dan tebal. Hal tersebut membuat buah durian bido Wonosalam tidak diragukan lagi karena buah benar-benar matang dipohon tanpa ada rekayasa untuk mempercepat kematangannya.

Masyarakat Wonosalam berusaha meningkatkan perekonomian melalui beberapa sektor salah satunya pada sektor perdagangan hasil bumi. Desa Wonosalam yang dikenal sebagai wilayah penghasil durian yang unggul di daerah Jombang menjadikan masyarakat mulai berusaha mengembangkan usahanya. Masyarakat yang didominasi bekerja sebagai petani mulai memikirkan upaya yang dilakukan dalam menawarkan durian lokal terutama durian bido dalam berjualan agar mampu menarik masyarakat untuk membeli. Para petani durian di Desa Wonosalam juga bekerjasama dalam memasarkan duriannya dengan pedagang tengkulak durian baik dari masyarakat Wonosalam sendiri maupun dari luar daerah Wonosalam. Namun banyak juga penjual durian dari luar daerah Wonosalam turut berjualan di kecamatan ini dan mampu meyakinkan konsumen terkait kualitas produknya. Sehingga menjadikan durian bido seringkali kalah dalam pemasarannya karena hadirnya durian luar daerah yang harga jualnya lebih murah dan banyak jumlahnya. Menghadapi situasi dan

kondisi demikian diperlukan cara efektif dalam pemasaran durian yaitu dengan mendirikan kios-kios pada tempat yang dirasa strategis dan ramai orang-orang seperti tempat wisata, pasar. Selain itu, para petani dan tengkulak menjalin komunikasi yang baik dan memberikan nomor telepon kepada pembeli agar nantinya pembeli tersebut kembali membeli buah durian dari petani maupun penjual tersebut atau menjadi pelanggan tetapnya.

Kualitas durian Bido dapat ditemui dari bentuk fisik yang tidak terlalu besar namun berbau menyengat sebelum buah dibelah mampu menggugah selera pembeli. Untuk rasanya yang khas yaitu manis dan sedikit ada rasa pahit legit dengan daging buah berwarna putih kekuningan yang lembut dan tebal menjadi keistiwaaan tersendiri dari buah durian bido. Selain itu untuk mendapatkan kualitas buah yang dihasilkan tentunya dilakukan perawatan tanaman pasca tanaman berbuah dengan memberi pupuk kandang. Intensitas curah hujan juga membawa pengaruh terhadap kualitas buah durian lokal wonosalam. Jika curah hujan didaerah tersebut terbilang tinggi dimusim tersebut maka kualitas buah durian jelek, buah memiliki kadar air tinggi sehingga buah mudah membusuk. Oleh karena itu para petani berani menjamin kualitas buah durian baik jika panen buah pada musim penghujan yang curah hujannya belum terlalu tinggi.

Dalam melakukan analisis terkait permasalahan yang menjadi fokus dalam penelitian yaitu bagaimana peran kualitas produk durian lokal dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Wonosalam Kabupaten Jombang dan bagaimana peran strategi pemasaran durian lokal dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Wonosalam Kabupaten Jombang.

Selama ini, sebagian petani durian di Desa Wonosalam menjual duriannya kepada pedagang tengkulak durian di Kecamatan Wonosalam maupun dari luar daerah Wonosalam. Namun banyak juga penjual durian dari luar Kecamatan Wonosalam turut berjualan di kecamatan ini dan mampu meyakinkan konsumen terkait kualitas produknya. Sehingga menjadikan durian bido kalah dalam pemasarannya karena hadirnya durian luar daerah yang harga jualnya lebih murah dan banyak jumlahnya. Menghadapi situasi dan kondisi demikian diperlukan cara efektif dalam pemasaran durian yaitu dengan mendirikan kios-kios pada tempat yang dirasa strategis dan ramai orang-orang seperti tempat wisata, pasar. Selain itu, para petani dan tengkulak menjalin komunikasi yang baik dan memberikan nomor telepon kepada pembeli agar nantinya pembeli tersebut kembali membeli buah durian dari petani maupun penjual tersebut atau menjadi pelanggan tetapnya. Dengan adanya penelitian ini

diharapkan dapat memberikan informasi sebagai wawasan dalam peningkatan pengetahuan dan pengalaman di dunia usaha para petani durian lokal Desa Wonosalam terutama terkait kualitas produk dan strategi pemasaran untuk kemajuan usahanya dimasa yang akan datang.

B. LANDASAN TEORI

Menurut Kolter & Amstrong (Rosnaini, 2017) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sikap konsumen yang semakin selektif membuat para penjual harus pandai dalam meyakinkan para konsumen terkait produk yang ditawarkan. Sedangkan, menurut Ahyari (Yulia, 2019), secara umum mutu atau kualitas adalah jumlah dari sifat-sifat produk seperti daya tahan, kenyamanan pemakaian, daya guna dan lain sebagainya. Mutu atau kualitas selalu diidentikan dan dihubungkan dengan kegunaan khusus, seperti panjang, lebar, warna, berat, dan karakter produk lainnya. Sedangkan, produk merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Berdasarkan pernyataan beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk yang memenuhi setiap kebutuhan dan keinginan konsumen dengan berbagai fungsi yang dimiliki. Jika suatu produk berkualitas terutama terkait manfaat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen, maka konsumen akan terus berusaha untuk mendapatkan karena produk tersebut dirasa sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan konsumen.

Menurut Kolter dan Keller (Nindi, 2021) indikator kualitas produk meliputi:

- 1) Keistimewaan (*features*)
- 2) Keandalan (*reability*)
- 3) Daya tahan (*durability*)
- 4) Daya Tarik

Dari keempat indikator diatas dapat dijadikan pedoman dalam menentukan kualitas produk yang ditawarkan. Selain itu, menurut Assauri (Nindi, 2021) mengatakan bahwa kualitas produk juga dipengaruhi beberapa faktor diantaranya:

- a) Pasar (*market*)
- b) Uang (*Money*)
- c) Manajemen (*Management*) produk
- d) Manusia (*Man*)

- e) Motivasi (*Motivation*)
- f) Bahan (*Material*)
- g) Mesin dan mekanis (*Machine and Mecanization*)
- h) Metode informasi modern (*Modern Information Method*)
- i) Mersyaratan proses produksi (*Mounting Product Requirement*)

Dari kesembilan faktor yang mempengaruhi kualitas produk terhadap minat beli konsumen dapat dijadikan pertimbangan dalam menjalankan sebuah usaha. Karena setiap komponen yang menjadi faktor membawa pengaruh yang berbeda. Sehingga banyak konsumen yang merasa puas dengan manfaat produk yang ditawarkan dan selalu ingin mendapatkan produk tersebut melalui strategi pemasaran sebagai upaya dalam menjalankan usaha agar berjalan efektif.

Secara umum, strategi diartikan suatu perencanaan yang dibuat untuk memperoleh pencapaian pada tujuan dan sasaran yang telah ditentukan. Menurut Griffin (Ernie & Kurniawan, 2019) mendefinisikan strategi sebagai rencana komprehensif untuk mencapai tujuan usaha. Strategi Pemasaran menjadi salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai dalam sebuah usaha. Sedangkan, menurut Kotler dan Keller (Masta dan Eko, 2020) mengatakan bahwa Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk mencapai sasaran-sasaran pemasaran, strategi pemasaran terdiri dari pengambilan keputusan tentang biaya pemasaran dari perusahaan. Jadi, secara sederhana strategi pemasaran pada dasarnya adalah suatu rencana yang menyeluruh serta terpadu dan menyatu di bidang pemasaran barang dan jasa. Jadi, strategi pemasaran adalah suatu perencanaan kegiatan yang akan dilakukan sebagai langkah dalam menjalankan sebuah usaha khususnya dalam menawarkan sebuah produk baik berupa barang maupun jasa kepada konsumen.

Menurut Corey (Nasruddin, 2021) indikator strategi pemasaran terdiri atas lima yang saling berkaitan, kelima indikator tersebut yaitu:

- 1) Pemilihan pasar
- 2) Perencanaan produk
- 3) Penetapan harga
- 4) Sistem distribusi

5) Komunikasi pemasaran (promosi)

Kelima indikator diatas dapat dijadikan pedoman dalam menentukan strategi pemasaran yang akan dijalankan dalam sebuah usaha. Selain itu, menurut Zikmund dan Babin (Dian, 2018) Tahapan-tahapan dalam mengembangkan dan menerapkan sebuah strategi pemasaran meliputi:

- a) Mengidentifikasi dan mengevaluasi kesempatan
- b) Menganalisis segmen pasar dan memilih target pasar
- c) Merencanakan dan menerapkan bauran pemasaran yang akan memberikan nilai bagi pelanggan dan sesuai dengan tujuan dari organisasi
- d) Menganalisis kinerja perusahaan

Strategi pemasaran yang dijalankan dalam usaha penjualan durian bido khas wonosalam mampu membantu memperbaiki kondisi ekonomi masyarakat di wilayah tersebut. Adanya perubahan kondisi ekonomi masyarakat menjadi lebih baik inilah yang menjadi peningkatan kehidupan khususnya kondisi ekonomi masyarakat wilayah wonosalam.

Peningkatan perekonomian masyarakat adalah cara atau usaha yang dilakukan oleh masyarakat dalam mengatur perekonomian rumah tangga untuk menjadi lebih baik dengan tujuan dapat memenuhi kebutuhan hidup (Ismail, 2015). Perekonomian sebuah wilayah dapat dilihat dari meningkatnya pertumbuhan ekonomi wilayahnya (Revita & Dedi, 2021). perekonomian masyarakat adalah usaha yang dilakukan masyarakat dalam mencapai sebuah tujuan dalam kehidupan yang lebih layak. Sedangkan peningkatan perekonomian masyarakat adalah sebuah usaha yang dilakukan masyarakat dalam memperbaiki kehidupan yang lebih baik kedepannya. Pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat akan berdampak positif bagi perkembangan perekonomian khususnya pada sektor yang berhubungan dengan pendapatan masyarakat.

Berdasarkan Bappenas tahun 2016 (Gema & Reynal, 2021) indikator perekonomian masyarakat, dibagi menjadi dua kriteria yaitu:

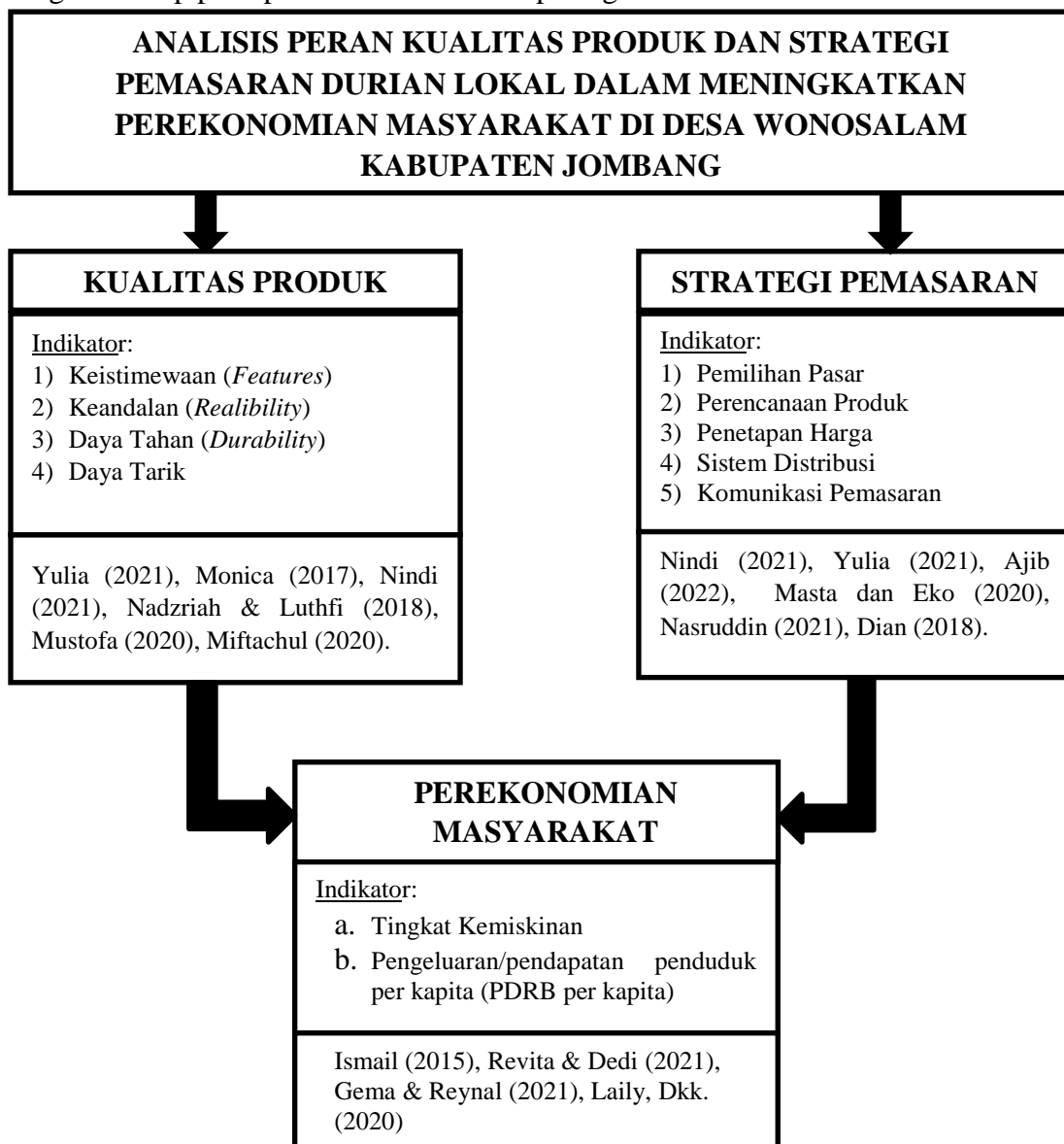
- 1) Tingkat kemiskinan
- 2) Pengeluaran/pendapatan penduduk per kapita (PDRB per kapita)

Suatu wilayah dapat dikatakan memiliki kondisi perekonomian yang baik dapat diketahui dari peningkatan jumlah produksi barang dan jasa yang telah dihasilkan. Sehingga dengan

pertumbuhan ekonomi dapat meningkatkan kemakmuran masyarakat. Selain itu, Faktor-faktor yang menyebabkan meningkatnya perekonomian diantaranya:

- a) Sumber Daya Manusia yang optimal
- b) Sumber Daya Alam Tak Terbatas
- c) Kurangnya Pengetahuan dan Rendahnya Perkembangan Teknologi
- d) Ketersediaan Sumber Daya Modal
- e) Sikap Masyarakat dan Sistem Sosial. (Laily,dkk. 2020)

Kerangka konsep pada penelitian ini diamati pada gambar berikut ini:



C. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif yakni mewawancarai para petani durian lokal di Desa Wonosalam dan hasil dari wawancara akan dianalisis karena dianggap lebih relevan terhadap masalah. Dalam hal ini penelitian yang digunakan adalah menganalisis peran kualitas produk dan strategi pemasaran durian lokal dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Wonosalam Kabupaten Jombang. Kehadiran peneliti sebagai partisipan penuh yang melakukan prosedur pengumpulan data, menganalisa data hingga tahapan penelitian, dimana peneliti diketahui oleh informan (narasumber). Jika data telah terkumpul, barulah dianalisa dan dapat menyimpulkan dari hasil wawancaranya tersebut.

Dalam melakukan penelitian ini melibatkan para petani durian yang berada di Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Untuk itu, sebelum melakukan penelitian maupun kegiatan wawancara, diperlukan perizinan dari pihak desa dengan mengetahui Kepala Desa Wonosalam. Alasan memilih Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam karena pada daerah tersebut komoditas durian bido sudah terkenal dengan produk yang berkualitas dan disukai banyak konsumen dari dalam maupun luar daerah. Waktu yang digunakan dalam penelitian ini kurang lebih tiga bulan. Yang dilaksanakan mulai tanggal 12 April/d 11 Juni 2023.

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh peneliti dari sumber asli, yakni data yang diperoleh dari wawancara dengan para petani durian yang berada di Desa Wonosalam, Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang. Metode pengumpulan data penelitian ini melalui observasi tempat penelitian, wawancara pihak yang dirasa berkaitan dalam penelitian, dan dokumentasi sebagai penunjang dalam pengambilan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara mengamati langsung kondisi di lapangan dan mewawancarai informan yang berkaitan dengan informan yang berkaitan dengan variabel penelitian dengan tujuan untuk memperoleh data yang akurat. Untuk teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan cara mengumpulkan data, menyusun, dan menganalisa mengambil kesimpulan yang didukung oleh pendapat dari ahli dan teori studi kepustakaan. Sedangkan, pada penelitian ini uji keabsahan data dilakukan menggunakan cara triangulasi agar pengamatan dan observasi menjadi lebih jelas. Uji keabsahan data yang peneliti lakukan juga berdasarkan kecukupan

referensi. Referensi tersebut meliputi hasil foto, rekaman wawancara, catatan-catatan harian dan video di lapangan untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang sedang diteliti secara nyata (rill).

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. HASIL

a) Peran Kualitas Produk dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Peran kualitas durian lokal Wonosalam dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di desa Wonosalam dirasa telah tepat karena dengan kualitas buah mampu meyakinkan para konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan para petani durian lokal wonosalam. Kualitas buah nampak pada varietas unggulan buah durian Wonosalam adalah bido. Hal tersebut diungkapkan oleh narasumber kedua yang menyatakan bahwa “durian unggulan Wonosalam adalah jenis durian bido, sedangkan untuk varietas lainnya sebagai varietas tambahan yang berasal dari luar daerah”. meskipun di daerah wonosalam terdapat varietas durian montong, bawor, musangking, dan masih banyak lagi merupakan berasal dari luar daerah yang sengaja dijual untuk menyaingi jenis durian lokal wonosalam karena varietas durian luar daerah memberikan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan durian bido. Karakteristik varietas unggulan buah durian wonosalam terletak pada kualitas buah mulai dari rasa manis legit dengan bau yang menyengat. Hal tersebut juga diungkapkan oleh narasumber pertama yang menyatakan bahwa “durian wonosalam memiliki rasa yang manis dan sedikit rasa pahit serta berbau menyengat”.

Keandalan buah durian lokal wonosalam selama ini dapat diketahui melalui kualitas buah telah dirasa baik dan memuaskan bagi konsumen. Untuk daya tahan buah durian lokal Wonosalam saat telah masak pohon maksimal 3 hari. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari narasumber ketiga bahwa “durian wonosalam selama 3 hari masih tahan walaupun buah sudah pecah, selebihnya buah akan membusuk”. Tanda-tanda daya tahan buah durian mulai menurun yang dapat terlihat dari kulit buah yang mulai layu dan cenderung berwarna kusam. Keberadaan durian lokal wonosalam menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena konsumen telah mengetahui kualitas buah. Menurut pernyataan narasumber kelima bahwa “jika masyarakat telah membeli durian lokal wonosalam tentunya telah tau rasa dan daging buah yang khas”. Dari rasa dan

daging buah tersebut menunjukkan bahwa kualitas buah durian lokal wonosalam tidak diragukan lagi. Jadi, kualitas buah durian wonosalam yakni durian bido berbeda dari durian luar daerah dirasa mampu menarik minat beli konsumen dan jumlah permintaan konsumen pada buah kian meningkat disetiap musimnya. Sehingga omset pendapatan yang diterima para petani durian lokal wonosalam yakni durian bido pun turut meningkat.

b) Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Peran strategi pemasaran durian lokal Wonosalam dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di desa Wonosalam dirasa telah tepat meskipun hanya dengan bertemu secara langsung antara petani durian sebagai penjual dengan calon konsumen. Sehingga strategi tersebut mampu meyakinkan para konsumen dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan para petani durian lokal wonosalam. Sasaran konsumen durian lokal Wonosalam adalah semua kalangan baik anak-anak hingga dewasa. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari narasumber ketiga bahwa “sasaran konsumen durian wonosalam adalah semua kalangan terutama para pecinta durian”. Untuk pemilihan tempat yang dirasa strategis untuk melakukan penjualan buah durian yaitu tempat-tempat yang dirasa ramai masyarakat. Menurut narasumber keempat menyatakan “tempat yang dirasa strategis untuk berjualan di jalan raya yang ramai, dan tempat wisata”. Tempat-tempat yang ramai tentunya banyak masyarakat yang berlalu lalang sehingga masyarakat dapat tertarik untuk melihat, mencoba, dan membeli durian yang sedang ditawarkan khususnya dari petani langsung. Selain itu narasumber pertama menyatakan “menyampaikan keunggulan durian lokal harus dengan jujur”. Dengan menyampaikan secara jujur diharapkan mampu meyakinkan konsumen. Selama ini, upaya dalam meyakinkan konsumen terkait keunggulan durian lokal wonosalam dirasa telah tepat yaitu memberikan belah durian ditempat. Jika kualitas buah dirasa buruk maka petani durian sebagai produsen siap mengganti buah tersebut.

Penetapan harga berdasarkan keunggulan buah durian yang ditawarkan telah sesuai karena kualitas yang diterima pun sebanding dengan keunggulan buah, berdasarkan selera masyarakat sebagai calon konsumen dan kemampuan konsumen dalam mendapatkan buah yang diinginkan .hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari narasumber kelima bahwa “yang menjadi pertimbangan harga dari rasa dan ukuran

buah”. Jadi keunggulan rasa yang menjadi ciri khas dan ukuran yang bervariasi menjadi pertimbangan utama dalam menentukan harga buah. sehingga konsumen merasa puas karena mampu memperoleh buah durian yang sesuai dengan keinginan dengan harga ditetapkan. Pembeli biasanya melihat dari ukuran buah yang ditawarkan, jika ukuran buah tidak terlalu besar namun harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka pembeli merasa mahal.

Partner petani durian wonosalam dalam memasarkan hasil panen duriannya yakni para tengkulak (penebas). Hal tersebut juga disampaikan oleh narasumber pertama yang menyatakan “partner petani dalam berjualan adalah para tengkulak dan konsumen dalam maupun luar wilayah wonosalam”. Para tengkulak akan datang kerumah petani durian untuk mengambil dan menjual buah keluar daerah dan ada pula yang dijual kembali pada kios-kios. Selain itu, komunikasi yang terjalin antara penjual dan pembeli selama ini juga dirasa baik terbukti selama ini jarang terjadi keluhan dari pembeli. Menurut narasumber pertama “komunikasi yang terjalin antara penjual dan pembeli selama ini sangat baik dan tidak ada keluhan”. upaya pemasaran buah durian melalui pertemuan dengan konsumen secara langsung dirasa menjadi upaya paling efektif karena para konsumen mampu memilih buah yang sesuai dengan keinginannya secara langsung. Oleh karena itu, para petani memberikan pelayanan belah durian ditempat agar konsumen dapat melihat secara langsung kualitas buah. Jika buah menunjukkan tanda-tanda kebusukan maka petani siap mengganti buah yang telah dibeli oleh konsumen.

2. PEMBAHASAN

a) Peran Kualitas Produk dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Peran kualitas durian lokal Wonosalam dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di desa Wonosalam dirasa telah tepat karena dengan kualitas buah mampu meyakinkan para konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan para petani durian lokal wonosalam. Jenis varietas unggulan buah durian lokal wonosalam adalah durian bido untuk varietas lainnya hanya sebagai pendatang. Jadi meskipun di daerah wonosalam terdapat varietas durian montong, bawor, musangking, dan masih banyak lagi merupakan berasal dari luar daerah yang sengaja dijual untuk menyaingi jenis durian lokal wonosalam karena varietas durian luar daerah memberikan harga yang lebih murah jika dibandingkan dengan durian bido. Keistimewaan dari buah

durian Wonosalam nampak pada dagingnya tebal dan rasa manis legit serta harga yang ditawarkan pun relatif terjangkau. Sehingga pembeli merasa mampu untuk mendapatkan buah yang sesuai dengan keinginan. Karakteristik varietas unggulan buah durian wonosalam terletak pada kualitas buah mulai dari rasa manis legit dengan bau yang menyengat. Rasa yang manis dan sedikit pahit legit tentunya menjadi keistimewaan dari buah durian wonosalam yang nampak pada dagingnya yang tebal dan rasa manis legit serta harga yang ditawarkan pun relatif terjangkau. Sehingga pembeli merasa mampu untuk mendapatkan buah yang sesuai dengan keinginan.

Keandalan buah durian lokal Wonosalam menjadi ciri khas yang dipertimbangkan pembeli rasa manis legit yang berbeda dengan durian dari luar daerah. Keandalan buah durian lokal wonosalam selama ini dapat diketahui melalui kualitas buah telah dirasa baik dan memuaskan bagi konsumen. Sedangkan daya tahan buah durian lokal Wonosalam saat telah masak pohon maksimal 3 hari. Tanda-tanda daya tahan buah durian mulai menurun yang dapat terlihat dari kulit buah yang mulai layu dan cenderung berwarna kusam serta kulit buah yang mulai retak (membuka). Tanda-tanda lain yang muncul pada buah durian yang mulai rusak / membusuk nampak pada kulit buah yang mulai pecah, warna daging buah yang cenderung putih kecoklatan, tekstur buah lembek mengandung banyak air, dan rasa mulai asam. Jika konsumen membeli buah rusak atau busuk maka petani akan mengganti buah yang busuk tersebut.

Keberadaan durian lokal wonosalam menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen karena konsumen telah mengetahui kualitas buah dari rasa dan daging buah yang sudah tidak diragukan lagi. Hal tersebut tentunya menjadi pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum membeli buah durian wonosalam. Selain kualitas buah harga yang ditawarkan pun turut menjadi pertimbangan bagi konsumen karena para konsumen seringkali menginginkan kualitas buah yang baik namun dengan harga yang murah. Namun setelah mengetahui kualitas buah yang nantinya mereka dapatkan para konsumen tidak merasa keberatan dengan harga yang telah ditetapkan para petani dalam menawarkan durian bido bahkan dapat melakukan tawar-menawar secara langsung. Selain itu, keberadaan buah durian wonosalam menjadi daya tarik bagi masyarakat baik dalam maupun luar wilayah terutama saat adanya acara yang digelar pemerintah di wilayah wonosalam dengan mengangkat tema durian sebagai *icon* dari wilayah

tersebut secara tidak langsung mampu menarik minat beli konsumen. Tidak heran jika jumlah permintaan konsumen pada buah semakin banyak terutama dimusim panen raya. Sehingga omset pendapatan yang nantinya akan diterima pun turut meningkat.

b) Peran Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat

Peran strategi pemasaran durian lokal Wonosalam dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di desa Wonosalam dirasa telah tepat meskipun hanya dengan bertemu secara langsung antara petani durian sebagai penjual dengan calon konsumen. Sehingga strategi tersebut mampu meyakinkan para konsumen dalam meningkatkan penjualan dan pendapatan para petani durian lokal wonosalam. Sasaran konsumen durian lokal Wonosalam adalah semua kalangan baik anak-anak hingga dewasa. Sehingga dapat dikatakan bahwa sasaran konsumen durian bido wonosalam adalah berasal dari semua kalangan baik anak hingga orang tua. Untuk pemilihan tempat yang dirasa strategis untuk melakukan penjualan buah durian yaitu tempat-tempat yang dirasa ramai masyarakat. Biasanya para petani maupun tengkulak buah durian bido di area wisata , pinggir-pinggir jalan raya, pasar buah, dan tempat-tempat yang lain yang dirasa ramai dilalui banyak orang. Tempat-tempat yang ramai tentunya banyak masyarakat yang berlalu lalang sehingga masyarakat dapat tertarik untuk melihat, mencoba, dan membeli durian yang sedang ditawarkan khususnya dari petani langsung.

Cara menyampaikan spesifikasi durian lokal kepada konsumen dengan menawarkan buah secara gratis sebagai bukti dari kualitas produk yang ditawarkan. Jika kualitas buah dirasa buruk maka petani durian sebagai produsen siap mengganti buah tersebut. Penetapan harga yang sesuai dengan keunggulan buah durian yang ditawarkan telah sesuai karena kualitas yang diterima pun sesuai dengan keunggulan buah dan kemampuan konsumen. Sedangkan pertimbangan dalam menetapkan harga jual buah durian lokal Wonosalam adalah keunggulan dari ukuran dan rasa buah. Hal ini dilakukan agar konsumen merasa puas karena mampu memperoleh buah durian yang sesuai dengan keinginan dengan harga ditetapkan. Dengan adanya penetapan harga, dirasa sesuai dengan kemampuan konsumen dan merasa mampu untuk membeli. Namun pembeli juga mampu tawar menawar durian jika harga yang ditetapkan terlalu tinggi bagi pembeli. Pembeli biasanya melihat dari ukuran buah yang ditawarkan, jika

ukuran buah tidak terlalu besar namun harga yang ditetapkan terlalu tinggi maka pembeli merasa mahal.

Selama ini distribusi buah durian lokal wonosalam dirasa petani telah baik karena ketersediaan buah durian selama panen dapat memenuhi permintaan konsumen. Hal tersebut terjadi karena adanya patner dalam melakukan penjualan buah durian lokal Wonosalam. Patner petani durian wonosalam sendiri adalah para tengkulak (penebas). Para tengkulak pun datang dari dalam maupun luar wilayah wonosalam dalam membantu memasarkan buah durian. Para tengkulak akan datang kerumah petani durian untuk mengambil dan menjual buah keluar daerah dan ada pula yang dijual kembali pada kios-kios. Hal tersebut yang membuat permintaan terhadap buah durian lokal bertambah selama musim panen. Namun seringkali hasil juga tidak sesuai dengan prediksi karena berbagai faktor. Faktor utama yang menjadi penghambat para petani durian selama musim panen adalah faktor cuaca. Cuaca di wilayah wonosalam tidak menentu yang juga membawa pengaruh kepada kualitas buah yang nantinya akan dipanen. Intenitas curah hujan terjadi di wilayah wonosalam yang tinggi membuat kualitas buah durian lokal cenderung mudah membusuk karena kadar air yang tinggi pula pada buah. Sehingga para petani terus melakukan kerjasama dengan para tengkulak agar jumlah buah durian selama musim panen cepat terjual.

Komunikasi yang terjalin antara penjual dan pembeli selama ini juga dirasa baik terbukti selama ini jarang terjadi keluhan dari pembeli. Komunikasi yang terjalin antara penjual dan pembeli selama ini sangat baik dan tidak ada keluhan. Petani merasa komunikasi yang dilakukan dalam menawarkan buah durian dirasa tepat sehingga mampu meyakinkan pembeli terkait durian yang ditawarkan. Upaya yang dilakukan dalam melakukan penjualan buah durian selama ini dengan mendirikan kios-kios pada tempat yang dirasa strategis sehingga masyarakat tertarik untuk membeli buah durian. Selain itu, para petani durian juga mulai menawarkan buah durian melalui media sosial pribadi untuk meningkatkan penjualan. Cara menyampaikan spesifikasi durian lokal kepada konsumen menawarkan buah sebagai jaminan dari kualitas produk yang ditawarkan. Namun upaya pemasaran buah durian melalui pertemuan dengan konsumen secara langsung dirasa menjadi upaya paling efektif karena para konsumen mampu memilih buah yang sesuai dengan keinginannya secara langsung. Oleh karena itu, para

petani memberikan pelayanan belah durian ditempat agar konsumen dapat melihat secara langsung kualitas buah. Jika buah menunjukkan tanda-tanda kebusukan maka petani siap mengganti buah yang telah dibeli oleh konsumen.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Hasil penelitian yang telah dilakukan terkait peran kualitas produk dan strategi pemasaran dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Wonosalam Kabupaten jombang dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Peran kualitas durian lokal Wonosalam yaitu durian bido mampu meningkatkan perekonomian masyarakat di desa Wonosalam. Keyakinan para konsumen pada kualitas produk durian yang ditawarkan membawa peningkatan penjualan dan pendapatan para petani durian lokal wonosalam. Karakteristik varietas unggulan durian bido terletak pada kualitas buah mulai dari rasa manis legit dengan bau yang menyengat. Keistimewaan dari buah durian bido nampak pada dagingnya tebal. Daya tahan buah durian lokal Wonosalam saat telah masak pohon maksimal 3 hari. Tanda-tanda daya tahan buah durian mulai menurun yang dapat terlihat dari kulit buah yang mulai layu dan cenderung berwarna kusam. Tidak heran jika durian bido menjadi varietas andalan buah durian lokal wonosalam karena kualitas buah telah dirasa baik dan memuaskan bagi konsumen.
- b. Peran strategi pemasaran durian lokal Wonosalam juga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat di desa Wonosalam. Strategi pemasaran yang diterapkan dengan bertemu secara langsung antara petani durian sebagai penjual dengan calon konsumen. Sasaran konsumen durian lokal Wonosalam adalah semua kangan baik anak-anak hingga dewasa. Untuk pemilihan tempat yang dirasa strategis untuk melakukan penjualan buah durian yaitu tempat-tempat yang dirasa ramai masyarakat, seperti tempat wisata, pinggir jalan, pasar buah. Cara menyampaikan spesifikasi durian lokal kepada konsumen dengan menawarkan buah secara gratis sebagai sampel bukti dari kualitas produk yang ditawarkan. Jika kualitas buah dirasa buruk maka petani durian sebagai produsen siap mengganti buah tersebut. Sedangkan pertimbangan dalam menetapkan harga jual buah durian lokal Wonosalam adalah keunggulan dari ukuran dan rasa buah. Patner petani durian wonosalam sendiri adalah para tengkulak (penebas).

Para tengkulak akan datang kerumah petani durian untuk mengambil dan menjual buah keluar daerah dan ada pula yang dijual kembali pada kios-kios. Para petani durian lokal juga mulai menawarkan buah durian melalui media sosial pribadi untuk meningkatkan penjualan.

2. Saran

Adapun saran-saran yang akan ditunjukkan kepada:

- a. Sebaiknya petani durian lokal Wonosalam dalam pembudidayaan bibit durian bido dan perawatan tanaman dilakukan dengan lebih baik lagi agar tanaman durian lokal dapat tumbuh subur dan mampu menghasilkan kualitas buah durian bido yang tetap unggul.
- b. Sebaiknya usaha petani durian lokal Wonosalam dalam menerapkan strategi pemasaran lebih ditingkatkan lagi terutama pada lapak jualannya seperti melakukan modifikasi tempat menjadi lebih nyaman dengan view pegunungan yang menarik sehingga mampu meningkatkan minat beli masyarakat terhadap durian lokal Wonosalam yaitu durian bido.
- c. Sebaiknya usaha petani durian lokal Wonosalam dalam menjalankan usahanya ditingkatkan kembali agar meningkat pesat dan juga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya masyarakat Desa Wonosalam.

F. DAFTAR PUSTAKA

Sukma, Yulia Asri. (2019). *Kajian Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Produk Sop Durian pada Sop Duren Kepo*. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta, Indonesia: Fakultas Sain dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, (Online). (<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/47914/1/YULIA%20SUKMA%20ASRI-FST.pdf>), diakses 30 November 2022.

Ningrum, Sukma Mukminatin, & Mohd. Harisudin. (2012). Strategi Pemasaran Durian Sanggaran (Duriozibethinus M.) Di Kecamatan Matesih Kabupaten Karanganyar Dengan Metode Competitive Profile Matrix (CPM). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, (online), Volume 1, Nomor 1, April 2012 : hlm 15-32, (https://www.researchgate.net/publication/334589054_STRATEGI_PEMASARAN_DURIAN_SANGGARAN_Duriozibethinus_M_DI_KECAMATAN_MATESIH_KABUPATEN_KARANGANYAR_DENGAN_METODE_COMPETITIVE_PROFILE_MATRIX_CPM), diakses 03 Oktober 2022.

Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Keputusan Pelanggan*. Sulawesi Selatan, Indonesia: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.

Aniar, Muh. Hari Swasono, & Sri Karuniari Nuswardhani. (2017). Analisis Pengembangan Pasar Durian Di Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Agromix*, (Online), Volume 8, No 2, Maret 2017, (<https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/AGROMIX/article/download/790/642/>), diakses 03 oktober 2022.

Chusnah, Miftachul. (2020). Keunggulan Durian Bido Dalam Pengembangan Agrowisata Durian Wonosalam Jombang. *Agrosaintifika : Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, (Online), Volume 2 No 2, Mei 2020, (<https://core.ac.uk/download/pdf/350133828.pdf>), diakses 30 November 2022.

Tisnawati, Ernie & Kurniawan Saefullah. (2019). Pengantar Manajemen. Jakarta, Indonesia: PRENADAMEDIA GROUP.

Wulandari, Monica Sugeng. (2017). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Produk "Olahan Durian" Dengan Metode Importance Performance Analysis (Ipa) Dan Customer Satisaction Index (Csi) Di PT. Deduren Winner Food Malang*. Skripsi tidak diterbitkan. Malang, Indonesia: Fakultas Pertanian Universitas Brawijaya Malang, (online). (<http://repository.ub.ac.id/id/eprint/4817/1/MONICA%20WULANDARI%20SUGENG.pdf>), diakses 27 November 2022.

Mustofa, Tarwa. (2020). *Strategi Pemasaran Buah Durian (Durio Ziberthinus M) Asli Watulimo Kabupaten Trenggalek*. (Online), (https://www.researchgate.net/publication/342592596_STRATEGI_PEMASARAN_BUAH_DURIAN_Durio_ziberthinus_M_ASLI_WATULIMO_KABUPATEN_TRENGGALEK), diakses 22 Oktober 2022.

Sembiring, Masta, & Eko Febri Syahputra Siregar. (2020). Pelatihan Strategi Pemasaran, Bisnis Dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu. *Jurnal Abdidas*, (Online), Volume 1, Nomor 4 Tahun 2020: Halaman 277 – 283, (<https://abdidas.org/index.php/abdidas/article/view/53/44>), diakses 30 November 2022.

Sapitri, Nindi. (2021). *Pengaruh Pengalaman Pelanggan, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware Pada Ibu Rumah Tangga Di Nagari Durian Tinggi Kecamatan Kapur IX*. Skripsi tidak diterbitkan. Riau, Indonesia: Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Riau, (online). (<http://repository.uin-suska.ac.id/52763/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>), diakses 30 November 2022.

Nazriah Pratiwi, Nazriah, Diana Sofia Hanafiah, & Luthfi Aziz Mahmud Siregar. (2018). Identifikasi Karakter Morfologis Durian (*Durio Zibethinus Murr*) di Kecamatan Tigalingga dan Pegagan Hilir Kabupaten Dairi Sumatera Utara. *Jurnal Agroekoteknologi FP USU*, (Online), Vol.6.No.2, April 2018 (33): 200- 208, (<https://id.scribd.com/document/409374173/17271-49592-1-PB-1#>), diakses 08 Desember 2022.

Prayoga, Ajib. (2022). *Usaha Tani dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Tampar Provinsi Riau*. Skripsi tidak diterbitkan. Pekanbaru, Indonesia: Fakultas Pertanian Universitas Islam Riau, (online).(<https://repository.uir.ac.id/13371/1/174210006.pdf>), diakses 03 Oktober 2022.

Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji Kalla Cabang Palopo. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, (Online), (<http://ojs.unsulbar.ac.id/index.php/mandar>), diakses 12 Desember 2022.

Puji, Dian Astuti. (2018). *Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pada Pedagang Bakso Dan Mie Ayam Di Desa Sidodadi Sekampung Lampung Timur)*. Skripsi tidak diterbitkan, Lampung, Indonesia: Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro, (online).(<https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/719/1/SKRIPSI%20DIAN%20PUJI%20ASTUTI.pdf>), diakses 08 Desember 2022.

Sari, Yulia. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kupi)*. Skripsi tidak diterbitkan, Banda Aceh, Indonesia: Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh, (online).(<https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/14440/1/Yulia%20Sari%2C%20150604070%2C%20FEBI%2C%20IE%2C%200852%200710%207384.pdf>), diakses 08 Desember 2022.

Muti'ah, Yuta. (2020). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengguna Jasa Layanan Pendidikan Di MTS Darul Ulum Waru Sidoarjo. Skripsi tidak diterbitkan, Surabaya, Indonesia: Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, (online). (http://digilib.uinsby.ac.id/41901/2/Yuta%20Mutiah_D93216098.pdf), diakses 25 Desember 2022.

Rohmatul, Dia Hidayah & Wisanti, Eva Kristinawati Putri. (2021). Pengetahuan Lokal Masyarakat Wonosalam Jombang tentang Upacara Ken-Duren. *Lentera Bio*, (Online), Volume 10, Nomor 3: 309-3019. (<https://journal.unesa.ac.id/index.php/lenterabio/article/download/12448/7175>), diakses 28 Februari 2023.

Sulistiyono, Indra. (2015). Ken-Duren Wonosalam (Studi Deskripsi: Makna Ken-duren Wonosalam pada Masyarakat Kecamatan Wonosalam, Kabupaten Jombang). *AntroUnairdotNet*, (Online), Vol.IV/No.1/Pebruari 2015, hal 77-85. (<http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-aune4f488791afull.pdf>), diakses 28 Februari 2023.

Ismail Humaidi. (2015). Peningkatan Perekonomian Masyarakat Melalui Industri Kecil: Studi terhadap Masyarakat di Sentra Industri Kecil di Desa Tutul Kecamatan Balung Kabupaten Jember Jawa Timur. Skripsi tidak diterbitkan, Jember, Indonesia: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (online).

(<https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/15638/1/BAB%20I,%20IV,%20DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>), diakses 05 April 2023.

Revita Yuni dan Dedi Lanova Hutabarat. (2021). Dampak Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Pada Tahun 2009-2019. *NIAGAWAN*, (online) Vol 10 No. 1 Maret 2021. (<https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/niagawan/article/download/19193/15446>), diakses 05 April 2023.

Gema Otheliansyah dan Reynal Yasni. (2021). Pengaruh Penyaluran Dana Desa Pada Indikator Perekonomian Kabupaten Daerah Tertinggal Di Indonesia. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan, Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, Banten, Indonesia. (online). (<https://itrev.kemenkeu.go.id/index.php/ITRev/article/download/267/161>), diakses 02 April 2023.

Laily Nurmalia, dkk. (2020). Upaya Meningkatkan Perekonomian Warga Durenseribu Depok Dalam Menggunakan Aplikasi *Whatsapp Business*. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. Jakarta, Indonesia, (online). (<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaskat/article/download/8072/4833>), diakses 05 April 2023.