

Strategi Pengembangan Usaha Durian Tapua di Kabupaten Polewali Mandar

Business Development Strategies of Tapua Durian in Polewali Mandar Regency

M Ikram, Hr¹, Reza Afandy Ghulam², Resky Faradibah Suhab³

¹Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar

¹ikram.kwu21@itbmpolman.ac.id, ²rezaafandy@itbmpolman.ac.id,

³reskyfaradibah@itbmpolman.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha Durian Tapua di Kabupaten Polewali Mandar yang dikenal sebagai salah satu komoditas buah lokal unggulan dengan cita rasa khas dan kualitas yang unggul. Meskipun memiliki potensi yang besar, pengelolaan usaha Durian Tapua masih menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan strategi pemasaran, minimnya inovasi produk, rendahnya akses terhadap permodalan, serta tingginya ketergantungan pada pola panen musiman. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas pedagang Durian Tapua dan penyuluh pertanian. Analisis data dilakukan menggunakan metode SWOT yang didukung oleh matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha Durian Tapua berada pada posisi strategi agresif (Strengths–Opportunities), yaitu memanfaatkan kekuatan internal berupa kualitas produk yang unggul dan cita rasa khas, serta peluang eksternal berupa permintaan pasar yang luas. Strategi utama yang direkomendasikan meliputi pengembangan dan diversifikasi produk, penguatan branding, pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran, serta peningkatan kualitas pelayanan kepada konsumen. Penerapan strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Durian Tapua di Kabupaten Polewali Mandar.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Usaha, Durian Tapua, Analisis SWOT, Komoditas Lokal, Polewali Mandar

Abstract

This study aims to formulate business development strategies for Tapua Durian in Polewali Mandar Regency, which is recognized as one of the leading local fruit commodities with distinctive taste and superior quality. Despite its considerable potential, the management of the Tapua Durian business still faces several challenges, including limited marketing strategies, lack of product innovation, restricted access to capital, and a high dependency on seasonal harvesting patterns. This research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, interviews, and documentation. The research informants consist of Tapua Durian traders and agricultural extension officers. Data analysis is conducted using SWOT analysis supported by the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. The results indicate that the Tapua Durian business development strategy is positioned in an aggressive strategy quadrant (Strengths–Opportunities), which emphasizes leveraging internal strengths such as superior product quality and distinctive taste, along with external opportunities in the form of broad market demand. The main recommended strategies include product development and diversification, strengthening branding, utilizing digital technology for marketing activities, and improving service quality for consumers. The implementation of these strategies is expected to enhance the competitiveness and sustainability of the Tapua Durian business in Polewali Mandar Regency.

Keywords: *Business Development Strategy, Tapua Durian, SWOT Analysis, Local Commodity, Polewali Mandar*

Korespondensi Email : ikram.kwu21@itbmpolman.ac.id

Digital Object Identifier : <https://doi.org/10.59903/ebusiness.v5i2.227>

Diterima Redaksi : 23-09-2025 | Selesai Revisi : 29-12-2025 | Diterbitkan Online : 31-12-2025



Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional

1. Pendahuluan

Durian adalah salah satu komoditas buah tropis dengan nilai ekonomi tinggi yang digemari masyarakat Indonesia [1]. Durian Tapua dari Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, memiliki cita rasa dan kualitas yang unggul, menjadikannya komoditas unggulan daerah dan sumber pendapatan bagi masyarakat [2]. Namun, usaha durian Tapua yang dilakukan secara turun-temurun dan sederhana ini belum sepenuhnya optimal. Beberapa kendala yang dihadapi adalah keterbatasan pemasaran, kurangnya inovasi produk, akses modal terbatas, serta lemahnya branding dan pengelolaan usaha [3]. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor keberhasilan penting dalam pemasaran durian Tapua, mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), dan menyusun strategi pengembangannya berdasarkan analisis SWOT [4].

Durian, yang dikenal sebagai "raja dari segala buah" (King of Fruit), adalah salah satu komoditas buah tropis dengan nilai ekonomi tinggi [5]. Durian Tapua dari Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, memiliki cita rasa khas dan kualitas unggul, menjadikannya komoditas unggulan daerah dan sumber pendapatan bagi masyarakat [2]. Data menunjukkan bahwa hampir 300 Kepala Keluarga (KK) di Desa Tapua, Kecamatan Matangnga, memiliki tanaman durian. Meskipun memiliki potensi besar, usaha durian Tapua masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan pemasaran, kurangnya inovasi produk, akses modal yang terbatas, dan lemahnya branding [6]. Kurangnya strategi pengembangan yang terstruktur dan berkelanjutan membuat daya saing produk lokal kalah dari produk luar daerah [7].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha Durian Tapua di Kabupaten Polewali Mandar. Pendekatan kualitatif digunakan dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan metode SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) [8]. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang paling efektif adalah strategi agresif (Strengths-Opportunities), yaitu dengan memanfaatkan kualitas unggul durian Tapua dan peluang pasar yang luas untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha [9]. Jurnal ini juga menekankan pentingnya pengembangan produk dan peningkatan kualitas layanan untuk memaksimalkan potensi internal dalam menghadapi peluang eksternal [10].

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan survey. Informan penelitian meliputi petani, pedagang, konsumen, dan penyuluh lapangan pertanian. Penelitian ini mengadopsi pendekatan kualitatif-deskriptif untuk memahami secara mendalam

dinamika usaha durian Tapua. Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung di lokasi usaha dan wawancara semistruktur dengan beberapa pelaku usaha durian di Desa Tapua. Wawancara bertujuan untuk menggali informasi terkait praktik bisnis yang mereka jalankan, tantangan yang dihadapi, dan pandangan mereka mengenai potensi pengembangan usaha. Data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen terkait, seperti catatan penjualan, profil desa, dan data dari dinas terkait. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan External Factor Evaluation (EFE) untuk mengidentifikasi bobot dan rating dari setiap faktor internal dan eksternal. Hasil dari kedua matriks tersebut digunakan untuk menyusun Matriks SWOT, yang pada akhirnya akan menghasilkan rumusan strategi yang paling relevan. Posisi bisnis pada matriks SWOT ditentukan oleh titik koordinat yang dihasilkan dari skor total IFE dan EFE.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Durian

Durian adalah tumbuhan tropis dari Asia Tenggara yang dikenal dengan kulit buahnya yang keras dan berduri. Meskipun kontroversial karena aromanya, durian sangat populer di Indonesia, Thailand, dan Malaysia. Dari bobot totalnya, daging buah durian hanya berkisar 20-30%, sisanya adalah biji (5-15%) dan kulit (60-75%). Durian Tapua dari Kabupaten Polewali Mandar memiliki kualitas unggul, daging tebal, rasa legit, dan aroma yang kuat. Durian Tapua memiliki sejumlah kekuatan, antara lain kualitas produk yang unggul, kondisi lahan dan iklim yang subur, serta kepercayaan yang telah terbangun di antara konsumen lokal. Namun, terdapat beberapa kelemahan seperti sistem penjualan yang masih tradisional, kurangnya inovasi dalam kemasan dan branding, ketergantungan pada musim panen, serta minimnya penguasaan teknologi digital oleh pelaku usaha. Di sisi lain, peluang eksternal yang ada sangat besar. Permintaan pasar yang tinggi, perkembangan teknologi digital, dukungan pemerintah terhadap UMKM, dan potensi pengembangan wisata kuliner menjadi faktor pendorong. Ancaman yang dihadapi adalah persaingan dengan durian dari daerah lain, perubahan iklim, fluktuasi harga, dan keterbatasan infrastruktur distribusi.

3.2. Strategi Pengembangan Usaha

Strategi pengembangan usaha adalah upaya terstruktur untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan. Strategi ini mencakup beberapa aspek penting: Pengembangan Produksi: Bertujuan meningkatkan penjualan dengan memodifikasi atau menciptakan produk baru untuk memuaskan pelanggan. Pengembangan Pasar: Memperkenalkan produk atau jasa ke wilayah baru atau pasar yang lebih luas. Pengembangan Modal Usaha: Peningkatan produktivitas modal untuk memperbaiki kinerja usaha. Pengembangan Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM): Meningkatkan dan melatih kemampuan karyawan sesuai kebutuhan pekerjaan.

3.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah alat strategis untuk merumuskan strategi perusahaan dengan mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan

kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman). Analisis ini didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang, sambil meminimalkan kelemahan dan ancaman. Berdasarkan hasil analisis SWOT yang dilakukan terhadap usaha Durian Tapua di Kabupaten Polewali Mandar, diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 1. Matriks evaluasi faktor strategi internal (IFE)

Faktor-faktor strategi internal			
(1)	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan/ <i>Strength</i>			
1. Kualitas produk unggul	0.15	4	0.60
2. Lahan dan iklim mendukung	0.10	3	0.30
3. Kepercayaan konsumen lokal	0.10	3	0.30
Kelemahan / <i>Weaknesses</i>			
4. Penjualan masih tradisional	0.15	2	0.30
5. Kurangnya inovasi kemasan	0.20	2	0.40
6. Ketergantungan musim panen	0.15	2	0.30
7. Minimnya pengetahuan teknologi	0.15	1	0.15
Total	1.00		2.35

Total skor 2.35 menunjukkan bahwa kondisi internal usaha Durian Tapua masih cukup kuat, namun belum optimal. Artinya, peluang penguatan strategi internal masih sangat terbuka.

Tabel 2. Matriks evaluasi faktor strategi eksternal (EFE)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor
A. Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1. Permintaan pasar tinggi	0.15	4	0.60
2. Perkembangan teknologi digital	0.10	3	0.30

3.	Dukungan pemerintah terhadap UMKM	0.10	3	0.30
4.	Potensi Wisata durian sebagai daya tarik lokal	0.10	3	0.30
<hr/>				
A. Ancaman (Threats)				
5.	Persaingan produk luar daerah	0.20	2	0.40
6.	Perubahan iklim memengaruhi hasil panen	0.20	2	0.40
7.	Keterbatasan infrastruktur distribusi	0.15	2	0.30
<hr/>				
Total		1.00		2.60
<hr/>				

Total skor 2.60 menunjukkan bahwa usaha Durian Tapua berada dalam kondisi cukup baik dalam memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman, meskipun tetap perlu ada peningkatan kapasitas strategi. Hasil ini menempatkan usaha Durian Tapua pada posisi Kuadran II (Strategi WO), yang berarti usaha ini memiliki kelemahan internal yang signifikan, tetapi juga menghadapi peluang eksternal yang besar. Berikut adalah rumusan strategi pengembangan yang dapat diterapkan:

Strategi SO (Strengths-Opportunities): Strategi ini berfokus pada pemanfaatan kekuatan untuk meraih peluang. Usaha Durian Tapua dapat memanfaatkan kualitas produknya yang unggul dan rasa yang khas sebagai kekuatan utama. Dengan adanya permintaan pasar yang tinggi dan perkembangan teknologi digital, pelaku usaha dapat memperluas pemasaran produknya melalui media sosial, e-commerce, atau platform digital lainnya untuk menjangkau pasar yang lebih luas di luar Kabupaten Polewali Mandar.

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Strategi ini bertujuan untuk mengatasi kelemahan dengan memanfaatkan peluang. Keterbatasan inovasi dan minimnya pengetahuan teknologi merupakan kelemahan utama. Hal ini dapat diatasi dengan memanfaatkan peluang dari perkembangan teknologi digital. Pelaku usaha dapat mengikuti pelatihan tentang pemasaran digital, pengemasan produk, dan inovasi olahan durian (misalnya baje' durian, pancake, atau es durian) untuk meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing.

Strategi ST (Strengths-Threats): Strategi ini menggunakan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Untuk menghadapi persaingan dengan durian dari daerah lain dan tantangan cuaca ekstrem, usaha Durian Tapua harus mempertahankan kualitas produk dan membangun brand awareness yang kuat. Hal ini akan memperkuat posisi mereka di pasar lokal dan nasional, sehingga konsumen tetap setia meskipun ada ancaman dari luar.

Strategi WT (Weaknesses-Threats): Strategi ini bertujuan untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman. Keterbatasan modal dan ketergantungan pada musim panen dapat

menjadi ancaman serius. Solusi strategisnya adalah dengan menjalin kemitraan dengan lembaga keuangan atau koperasi untuk mendapatkan akses modal yang lebih baik. Selain itu, diversifikasi produk olahan durian dapat membantu menjaga stabilitas pendapatan di luar musim panen.

Secara keseluruhan, meskipun analisis kuantitatif menempatkan usaha pada posisi Kuadran II (WO), hasil kualitatif menunjukkan bahwa strategi agresif (SO) juga sangat potensial untuk diterapkan, karena kekuatan utama durian Tapua adalah kualitasnya yang tidak diragukan. Oleh karena itu, rekomendasi strategi terbaik adalah mengkombinasikan perbaikan internal sambil memanfaatkan sepenuhnya peluang yang ada.

3.4 Strategi Pengembangan Usaha

Berdasarkan analisis SWOT, usaha strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan usaha durian Tapua adalah sebagai berikut:

Strategi WO (Weaknesses-Opportunities): Memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan. Peningkatan Kapasitas SDM: Melalui pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital untuk mengatasi minimnya pengetahuan teknologi. Modernisasi Pemasaran: Memanfaatkan media sosial dan marketplace untuk memperluas jangkauan pasar yang masih tradisional. Diversifikasi Produk: Mengembangkan produk olahan durian seperti dodol, pancake, es durian, dan baje' durian untuk mengatasi ketergantungan pada musim panen. Kerja Sama: Menjalinkan kerja sama dengan pemerintah daerah dan pelaku UMKM lain untuk dukungan modal, distribusi, dan branding.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis strategi pengembangan usaha Durian Tapua di Kabupaten Polewali Mandar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang tepat adalah strategi agresif (Strengths-Opportunities/SO), yang berfokus pada pemanfaatan kualitas durian Tapua yang unggul serta peluang pasar yang luas untuk meningkatkan penjualan dan pertumbuhan usaha.

Faktor-faktor yang mendukung strategi ini meliputi: Kekuatan Internal: Kualitas produk yang unggul dengan cita rasa khas, lokasi dan iklim yang mendukung, serta kepercayaan konsumen lokal yang sudah terbangun. Peluang Eksternal: Permintaan pasar yang tinggi, perkembangan teknologi digital, dan dukungan pemerintah terhadap UMKM.

Meskipun demikian, ada beberapa kelemahan dan ancaman yang perlu diatasi, seperti sistem penjualan yang masih tradisional, kurangnya inovasi kemasan, ketergantungan pada musim panen, dan minimnya pengetahuan teknologi. Ancaman eksternal yang dihadapi adalah persaingan dengan produk dari luar daerah serta tantangan perubahan iklim.

Dan juga usaha durian Tapua memiliki potensi besar untuk berkembang karena kualitas produk yang unggul, harga bersaing, dan dukungan pasar lokal yang kuat. Namun, ada beberapa kendala seperti ketersediaan musiman, promosi terbatas, dan persaingan dari daerah

lain. Strategi pemasaran yang diterapkan, yaitu diskon dan pemasaran langsung, telah berjalan dengan baik. Usaha ini telah mampu mengembangkan produk, menetapkan harga yang sesuai, memanfaatkan jalur distribusi, serta menggunakan promosi online dan offline untuk meningkatkan penjualan. Analisis SWOT menunjukkan bahwa usaha durian Tapua memiliki kekuatan seperti kualitas produk unggul, lahan subur, dan kepercayaan konsumen. Kelemahannya meliputi sistem penjualan tradisional, kurangnya inovasi kemasan, dan ketergantungan pada musim panen. Peluang eksternal mencakup permintaan pasar yang tinggi, perkembangan teknologi digital, dan dukungan pemerintah. Ancaman yang dihadapi adalah persaingan, perubahan iklim, dan keterbatasan infrastruktur. Dengan skor matriks IFE 2.35 dan EFE 2.60, posisi usaha berada pada Kuadran II (Strategi WO), yang berarti strategi yang paling tepat adalah memanfaatkan peluang untuk mengatasi kelemahan.

Ucapan Terima kasih

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena oleh Berkat Kasih dan Rahmat Karunia-Nya penulis bisa ada sebagaimana penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi.
2. Yang tercinta dan tersayang Ayahanda (Husain,S.Pd.i) dan Ibunda (St Rawida), beserta kakak dan adik saya (Subhan dan Mahfudz), dan seluruh keluarga besar saya. Terima kasih telah menjaga saya dalam doa-doa kalian, tanpa kalian apalah artinya hidup saya.
3. Rektor Institut Teknologi Bisnis Muhammadiyah, Ir. Nursahdi, saleh, S,M,S,T.,M.Si yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Ketua Program Studi Kewirausahaan Institut Teknologi Bisnis Muhammadiyah, Ibu Indah Ramayani S,E M,M
5. Bapak Reza Afandy Ghulam, S,E.M.Si, selaku Pembimbing 1 dan Ibu Resky Faradibah Suhab S,M.,M,M, selaku Pembimbing 2 yang telah turut andil dalam membimbing Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Dan seluruh Dosen dan Staf Tata Usaha di Institut Teknologi Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar.

Daftar Rujukan

- [1] A. Aminudin, Akbaruddin, Elpawati, and I. Aminuddin, "Dampak kebijakan program Flood Management In Selected River Basin (FMSRB) tanaman durian di Provinsi Banten," Repository.Uinjkt.Ac.Id, 2023.
- [2] D. Maghfira Napu and E. A. Y., *Pengantar Bisnis Pariwisata: Perhotelan, Food and Beverage Service, dan Pen*, 2023.
- [3] S. Candrianto, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, p. 140, 2021.
- [4] S. A. Djemma, A. Mukhtar, D. Isaputra, and A. P. Pratiwi, "Mengintegrasikan Analisis SWOT dalam Manajemen Kinerja Organisasi: Pendekatan Strategis dan Implementatif," *Journal of International Multidisciplinary Research*, n.d.
- [5] R. O. Amari, "Analisis Peran Sektor Industri Perikanan Tangkap Terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Gampong Padang Seurahet, Kecamatan Johan Pahlawan, Kabupaten Aceh Barat)," pp. 31–41, 2023.
- [6] B. Harto and R. J. Nugroho, *Dasar Manajemen Bisnis*, Google Books, 2021.
- [7] W. Fadilah, "Analisis Strategi Pengembangan B Fried Chicken Exprezz Pasca Masa Pandemi Covid-19 di 15A Metro," IAIN Metro Digital Repository, 2024.

- [8] L. Hadi, W. Kuswanto, I. Tarmudi, and M. Mukhlisin, *Keanekaragaman Hayati: Merawat Alam, Menjaga Keseimbangan*, GoogleBuku, 2024.
- [9] D. Fatimah, “Jembatan Kecil Namun Berarti (Studi Kasus Mediasi Berbasis Teknologi untuk Inklusi Disabilitas dari Platform ‘Kerjabilitas’),” 2024.
- [10] S. Aris, “Kesantunan Imperatif Guru dalam Pembelajaran Daring: Analisis dan Refleksi Kesantunan Berbahasa Guru dalam Pembelajaran Daring pada Masa Pandemi Covid-19,” pp. 1–2, 2023.