

Analisis Peranan Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Petani Durian di Kabupaten Jombang

Heru Totok Tri Wahono¹
Universitas PGRI Jombang
herutotok44@yahoo.co.id

Cahyo Tri Atmojo²
Universitas PGRI Jombang
cahyotriatmojo@gmail.com

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*

PENDAHULUAN

Setiap daerah memiliki potensi dalam meningkatkan perekonomian. Potensi yang dapat ditingkatkan dari setiap daerah memerlukan upaya serius dari masyarakatnya. 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. Menurut Kolter & Armstrong

(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 (Sari, 2020), 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 diidentikkan 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. Konsumen memilih sebuah produk dikarenakan kualitasnya hal ini 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. Produk yang dianggap berkualitas menurut Kotler dan Keller (Nindi, 2021) indikator kualitas produk meliputi antara lain Keistimewaan (features), Keandalan (reability), Daya tahan (durability), Daya Tarik. Adapun produk yang berkualitas juga memerlukan strategi dalam pemasarannya sehingga dapat meningkatkan volume penjualan serta berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat. Menurut Griffin (Tisnawati & 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 (Sembiring dan Eko, 2020) mengatakan bahwa Strategi pemasaran adalah logika pemasaran dan berdasarkan itu unit bisnis diharapkan untuk

mencapai sasaran-sasaran pemasaran. Menurut Corey (Nasruddin, 2021) indikator strategi pemasaran terdiri atas lima yang saling berkait, kelima indikator tersebut yaitu: Pemilihan pasar, Perencanaan produk, Penetapan harga, Sistem distribusi, Komunikasi pemasaran (promosi)

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.

METODE

The design of this research was a 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.

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).

HASIL DAN PEMBAHASAN

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.

1. 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 mains 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.

PENUTUP

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:

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.

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.

DAFTAR PUSTAKA

- Sari, Yulia. (2020). *Analisis Strategi Pemasaran Kopi Aceh (Studi Kasus Merek Dhapu Kopi)*. Skripsi tidak diterbitkan, Banda Aceh, Indonesia: Fakultas Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Keputusan Pelanggan. Sulawesi Selatan, Indonesia: GLOBAL RESEARCH AND CONSULTING INSTITUTE.*
- 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*
- Tisnawati, Ernie & Kurniawan Saefullah. (2019). *Pengantar Manajemen.* Jakarta, Indonesia: PRENADAMEDIA GROUP.
- Sembiring, Masta, & Eko Febri Syahputra Siregar. (2020). *Pelatihan Strategi Pemasaran, Bisnis Dan Keuangan Produk Rumahan Masyarakat Desa Durian Kec. Pantai Labu. Jurnal Abdidias, (Online), Volume 1, Nomor 4 Tahun 2020: Halaman 277 – 283*

Nasruddin. (2021). Pengaruh Strategi
Pemasaran Terhadap Keputusan
Pembelian Mobil Toyota Di Pt. Hadji

Kalla Cabang Palopo. *MANDAR:
Management Development and
Applied Research Journal*