

RINGKASAN

Desa Alasmalang Kecamatan Kemranjen dan Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas mencoba inovasi tersebut karena melihat peluang yang ada. Penelitian ini bertujuan untuk 1) mengetahui aspek kekuatan dan kelemahan yang tercakup dalam faktor internal, 2) mengetahui aspek peluang dan ancaman yang tercakup dalam faktor eksternal, 3) mengetahui pemosisian strategi pemasaran secara *online* yang tepat, 4) mengetahui alternatif strategi pemasaran secara *online* yang tepat, 5) mengetahui penentuan prioritas strategi pemasaran secara *online* yang tepat.

Metode yang digunakan adalah metode survei. Penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data pokok yang dilakukan di Desa Alasmalang dan Desa Bogangin.

Hasil penelitian menunjukkan kesediaan buah durian diunggah setiap hari agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan proses pelayanan serta transaksi dapat dilakukan secara *online* tanpa harus ke lokasi langsung dan semakin *modern* dengan bobot 0,10. Aspek kelemahan utama pada tabel tersebut adalah belum ada target pasar yang jelas dengan bobot 0,09. Pemasaran dilakukan semakin *modern* dengan bobot 0,14. Aspek ancaman utama pada tabel adalah kecenderungan konsumen mencicipi sebelum membeli dengan skor 0,15. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*), total skor yang diperoleh sentra pengembangan bibit dan buah durian Desa Alasmalang Kecamatan Kemranjen dan Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas untuk adalah 2,89. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*), total skor yang diperoleh sentra pengembangan bibit dan buah durian Desa Alasmalang Kecamatan Kemranjen dan Desa Bogangin Kecamatan Sumpiuh Kabupaten Banyumas adalah 2,27. Alternatif strategi pengembangan produk mendapatkan skor 7,36, lebih tinggi daripada strategi penetrasi pasar yang mendapatkan skor 7,25.

SUMMARY

Alasmalang Village, Kemranjen District, and Bogangin Village, Sumpiuh District, Banyumas Regency tried this innovation because they saw the opportunities that existed. This study aims to 1) find out the aspects of strengths and weaknesses covered by internal factors, 2) know the aspects of opportunities and threats covered by external factors, 3) know the positioning of the right online marketing strategy, 4) know the right alternative online marketing strategy, 5) know the prioritization of the right online marketing strategy.

The method used is the survey method. Survey research is a study that takes samples from a population and uses questionnaires as a tool for collecting basic data conducted in Alasmalang Village and Boggin Village.

The results showed the willingness of durian fruit uploaded every day in order to increase consumer confidence and the process of service and transactions can be done online without having to go to a direct location and is increasingly modern with a weight of 0.10. The main weakness aspect of the table is that there is no clear target market with a weight of 0.09. Marketing is carried out increasingly modern with a weight of 0.14. The main threat aspect on the table is the tendency of consumers to taste before buying with a score of 0.15. IFE (Internal Factor Evaluation) matrix, the total score obtained by the durian seed and fruit development center, Alasmalang Village, Kemranjen District, and Bogangin Village, Sumpiuh District, Banyumas Regency for 2.89. EFE (External Factor Evaluation) matrix, the total score obtained by the durian seed and fruit development center of Alasmalang Village, Ministry of General District, and Bogangin Village, Sumpiuh District, Banyumas Regency is 2.27. Alternative product development strategies get a score of 7.36, higher than market penetration strategies which get a score of 7.25.