

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis preferensi konsumen dan strategi pemasaran buah durian kromo di Kabupaten Banyumas, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Preferensi konsumen di Kabupaten Banyumas terhadap buah durian kromo adalah buah durian kromo yang memiliki rasa buah manis sedikit pahit, harga buah durian kromo yang murah (kurang dari Rp100.000/kg), aroma buah durian kromo yang kuat atau menyengat, buah durian kromo dengan ukuran sedang (2,5 hingga 5kg) dan buah durian kromo dengan warna daging buah kuning kemerahan atau oranye.
2. Atribut buah durian kromo yang paling dipertimbangkan oleh konsumen di Kabupaten Banyumas dalam keputusan pembelian buah durian kromo yaitu atribut rasa buah. Hal tersebut terbukti dari hasil analisis *fishbein* yang menunjukkan bahwa atribut rasa buah memiliki nilai tertinggi dibandingkan dengan atribut lainnya.
3. Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS, strategi pemasaran durian kromo di Kabupaten Banyumas yang dianalisis dengan menggunakan diagram SWOT terletak pada kuadran I. Posisi ini mendukung strategi agresif (S-O), di mana kekuatan digunakan untuk memanfaatkan peluang secara maksimal. Alternatif Strategi pengembangan pemasaran yang dapat diterapkan sesuai dengan atribut buah yang paling dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian durian kromo antara lain:
  - a. Penerapan sistem jaminan kualitas rasa, harga dan aroma dari buah durian kromo. Penerapan sistem ini berarti bahwa setiap durian yang dijual oleh pemasar dilengkapi dengan jaminan kualitas yang menjamin bahwa durian tersebut memiliki rasa manis pahit yang khas, aroma menyengat, dan harga yang terjangkau. Jika konsumen merasa durian yang dibeli tidak sesuai dengan standar ini, mereka berhak mendapatkan penggantian atau pengembalian uang.

b. Penguatan *branding* dan sertifikasi kualitas dari buah durian kromo. Strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah dari durian kromo di Kabupaten Banyumas. Langkah yang dapat dilakukan yaitu pengembangan identitas merk dengan membangun citra durian kromo sebagai produk premium melalui desain logo, kemasan, dan narasi yang menarik. Sertifikasi kualitas dengan mengurus sertifikasi resmi dari lembaga terkait, seperti Standar Nasional Indonesia (SNI), untuk memberikan jaminan kualitas kepada konsumen. Adanya sertifikasi akan membuat produk menjadi lebih dipercaya dan diakui di pasar lokal maupun nasional serta dapat meningkatkan permintaan dan harga jual.

## 5.2. Saran

Berkaitan dengan preferensi konsumen dan strategi pemasaran buah durian kromo di Kabupaten Banyumas, maka dapat disarankan beberapa hal, sebagai berikut:

1. Kinerja dengan melihat atribut buah durian yang menjadi preferensi utama konsumen, pedagang perlu memastikan bahwa durian kromo yang dijual memiliki kualitas yang memenuhi atribut tersebut khususnya atribut harga, aroma dan rasa melalui penerapan sistem jaminan kualitas dari atribut tersebut, membuat program loyalitas pelanggan dan kampanye pemasaran digita serta penguatan branding dan sertifikasi kualitas.
2. Mengingat bahwa rasa menjadi atribut yang paling dipertimbangkan, maka pedagang harus memastikan konsistensi dalam kualitas rasa. Program uji coba rasa atau jaminan kepuasan rasa dapat diterapkan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.
3. Melihat harga yang murah sebagai preferensi konsumen, pedagang perlu mencari cara untuk menekan biaya operasional atau bekerja dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih kompetitif tanpa mengorbankan kualitas. Penawaran promosi, diskon, atau paket pembelian bisa menjadi strategi menarik untuk menarik pembeli.
4. Aroma durian yang kuat adalah salah satu daya tarik. Pedagang harus memastikan bahwa durian yang dijual memiliki aroma khas yang diinginkan

oleh konsumen. Penyimpanan dan penanganan buah yang baik dapat membantu mempertahankan aroma ini.

5. Penguatan branding adalah langkah penting untuk meningkatkan daya tarik durian kromo di pasar. Pedagang dapat menciptakan citra merek yang mengedepankan kualitas rasa, harga terjangkau, dan aroma kuat. Branding yang kuat juga bisa dilakukan melalui cerita lokal, penggunaan logo yang menarik, dan kemasan yang premium.
6. Program loyalitas pelanggan dengan membangun program loyalitas seperti diskon untuk pembelian ulang, atau program "*customer of the month*" yang memberikan penghargaan bagi pelanggan setia dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
7. Pedagang diharapkan dapat melakukan kampanye pemasaran digital dengan mempromosikan durian kromo melalui media sosial, situs web, atau platform e-commerce dengan menonjolkan atribut yang disukai konsumen dan keunggulan dari durian tersebut.
8. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi dan dapat mengembangkan penelitian mengenai analisis preferensi konsumen dan strategi pemasaran buah durian.