

STRATEGI VARIETAS, BUDIDAYA, DAN PEMASARAN DURIAN DI TIGA NEGARA ASEAN: THAILAND, MALAYSIA, SINGAPURA

Panca J. Santoso^{1*}, Hendra G. Hadmidiredja² dan Arie M. P. Rachmadiz

¹Jenjang Fungsional Peneliti Muda, Balai Penelitian Tanaman Buah Tropika, Jl. Raya Solok-Aripan Km. 8, P.O. Box 5 Solok 27301, Sumatera Barat ²Trijaya Agro Mandiri, Jl. Jayawijaya IV no.12A, Alam Tirta Lestari, Ciomas 16610, Bogor, Jawa Barat

ABSTRAK

Durian merupakan komoditas khas dari Asia Tenggara. Selama tiga dekade Thailand telah mendominasi pasar ekspor dengan varietas Monthong sebagai andalan. Di era 2010an Malaysia pun muncul dengan Musang King yang mengisi pasar premium. Uniknya, Singapura yang merupakan Negara paling kecil justru tercatat sebagai pengimpor durian paling besar di rantau ini. Suatu survey yang bertujuan untuk memotret kondisi agribisnis durian di tiga Negara Thailand, Malaysia dan Singapura ditinjau dari strategi pemilihan varietas, cara budidaya dan pemasaran telah dilaksanakan pada tahun 2015 dan 2016. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa Thailand membudidayakan durian dengan model 'industri' yang mengembangkan satu varietas dalam kawasan luas yang dilengkapi fasilitas untuk proses produksi dari hulu sampai hilir menunjang pemasaran segar dan olahan. Sebaliknya pekebun durian di Malaysia umumnya mengusahakan durian dengan model 'boutique', dimana satu kebun durian terdiri atas belasan varietas dengan pertimbangan variasi selera konsumen, rentang panen, dan aspek keunikan. Berbeda dari kedua Negara sebelumnya, Singapura merupakan pasar utama durian Malaysia, dimana kreatifitas pedagang sangat berperan dalam menggapai harga yang premium.

Kata kunci: durian, varietas, budidaya, pemasaran

PENDAHULUAN

Durian merupakan komoditas buah khas kawasan Asia Tenggara dengan pusat asal dan sumber keragamannya dari Kalimantan. Disamping bukti keragaman genetik tanaman yang berlimpah di Kalimantan, fakta ilmiah berbasis DNA menunjukkan dengan jelas bahwa Kalimantan merupakan asal durian dan menyebar ke berbagai lokasi sekitarnya (Santoso *et al.*, 2016). Durian telah dikenal dan dikonsumsi oleh bangsa Asia Tenggara sejak zaman prasejarah, tetapi baru dikenal oleh dunia barat selama sekitar 7 abad yang lalu. Di relief candi Borobudur yang dibangun pada abad 8-9 masehi ditemukan motif- motif durian yang menunjukkan buah ini telah menjadi bagian dari menu istana (Tirtawinata *et al.*, 2016).

Kosterman (1958) dan Uji (2005) menyatakan ada sekitar 29 spesies *Durio* di seluruh dunia, diantaranya ada 8 dari 21 species yang ada di Indonesia buahnya dapat dimakan. Disamping itu, ditemukan durian yang diduga berasal dari persilangan alami antar spesies, misalnya *mandong* dan *durian pelangi* (Santoso *et al.*, 2015). Dari 8 spesies tersebut sampai saat ini yang paling banyak berkembang adalah dari spesies *D. zibethinus*. Hasil seleksi *indigeneous* dan introduksi sampai tahun 2015 telah didaftarkan 98 varietas durian di Kementerian Pertanian sebagai varietas unggul (Ditjen Hortikultura, kom. Pribadi).

Komoditas durian menyimpan potensi ekonomi yang besar sebagai salah satu penggerak ekonomi dari sektor pertanian. Negara tetangga, Thailand, telah berhasil membuktikannya yang sekarang disusul oleh Malaysia. Di Indonesia, durian mampu menempati posisi ke-4 produksi buah nasional setelah pisang, jeruk dan mangga. Produksi durian nasional tahun 2014 mencapai 855.554 ton (BPS, 2015) melebihi Thailand dan Malaysia. Jumlah ini meningkat dari tahun 2010 yang mencapai 492.136 ton (BPS, 2012).

Namun demikian, produksi yang tinggi ini berasal dari tanaman yang tumbuh di pekarangan dan tegalan semi hutan (Santoso dan Nasution, 2015).

Kebutuhan buah durian berkualitas terus meningkat setiap tahun seiring meningkatnya jumlah penduduk dan pendapatan masyarakat. Kondisi durian dalam negeri yang masih didominasi oleh lahan pekarangan dan tegalan menyebabkan buah yang dihasilkan umumnya berkualitas rendah karena minimnya input teknologi produksi dan tidak ada jaminan pasokan. Kondisi ini menyebabkan rendahnya daya saing produk durian dalam negeri. Menyadari hal tersebut, berbagai pihak yang berkepentingan terdorong untuk menyusun strategi pengembangan durian di Indonesia kedepan agar komoditas ini dapat diperhitungkan sejajar dengan Negara lain. Upaya meningkatkan daya saing durian dalam negeri perlu berkaca pada Negara-negara yang telah berhasil dalam agribisnis durian, diantaranya adalah Thailand, Malaysia, dan Singapura.

Makalah ini mendiskusikan bagaimana kondisi agribisnis durian di tiga Negara Thailand, Malaysia dan Singapura ditinjau dari strategi pemilihan varietas, cara budidaya dan pemasaran, agar dapat diambil langkah strategis dalam meningkatkan agribisnis durian di Indonesia.

BAHAN DAN METODA

Kegiatan penelitian dilaksanakan dari tahun 2015 dan 2016 di beberapa lokasi pusat produksi dan pemasaran durian di Thailand (Chantaburi), Malaysia (Penang, Johor, Pahang), dan Singapura. Penelitian dilaksanakan secara survey lapang mengunjungi kebun, wawancara langsung dengan pelaku usaha durian, dan *desk study*. Pengamatan meliputi aspek pemilihan varietas, cara budidaya, dan pemasaran. Data pengamatan disampaikan dalam bentuk deskripsi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Situasi Agribisnis Durian di Thailand

Walaupun bukan sebagai pusat asal durian, Thailand justru menempati posisi sebagai produsen durian terbesar di dunia dengan realisasi ekspor rata-rata di tahun 2009-2013 sebesar 84,11% (290,76 ribu ton) terhadap total volume ekspor durian ASEAN. Durian dipercaya masuk ke Thailand bagian tengah dari Burma atau Malaysia di tahun 1787 sebagai tanaman pekarangan di provinsi Thonburi, selanjutnya mulai dikebunkan terbatas di Nonthaburi, bagian Barat Bangkok. Pada tahun 1954, durian-durian dari Thonburi berhasil ditanam di Chantaburi bagian timur Thailand, selanjutnya lebih banyak lagi ditanam dan sampai sekarang berkembang menjadi provinsi utama penghasil durian. Dari sekitar 200 kultivar yang telah diberi nama, sebanyak 60 -80 kultivar telah ditanam secara komersial, diantaranya 21 kultivar ditanam di Nonthaburi yang dianggap sebagai area durian komersial pertama di Thailand. Hampir semua kultivar berasal dari biji perkawinan terbuka dan diberi nama berdasarkan bentuk buah, warna daging buah, nama penyeleksi, atau tempat tumbuh pohon induk. Banyak nama-nama yang sama atau mirip satu sama lain. Durian Thailand dikelompokkan menjadi 8 group yaitu Chanee, Kob, Kanyao, Monthong, Thongyoi, Kumpun, Luang, dan group lain-lain (Somsri, 2007).

Daerah penghasil durian di Thailand dibagi ke dalam 2 wilayah besar, yaitu durian non budidaya intensif di wilayah utara dan kawasan sentra durian di selatan terutama Chantaburi dan Rayong. Chantaburi merupakan provinsi penghasil durian nomor 1 di Thailand. Chantaburiterletak di timur Thailandsekitar 4 jam berkendara dari Bangkok dengan ketinggian sekitar 100 mdpl. Karakter tanah yang masuk jenis Andosol berwarna coklat muda abu-abu, cuaca panas > 33 celcius dengan curah hujan 1500-4000 mm/th dengan bulan kering sekitar 4 bulan dalam setahun.

Hampir 60% produksi buah durian di hasilkan dari Chantaburi dan Rayong dengan varietas utama Monthong. Walaupun sudah muncul varietas-varietas baru seperti Kanyao, Chantaburi, dan lain-lain, Monthong masih dipertahankan oleh petani setempat karena produksinya yang paling tinggi. Hasil produksi yang tinggi dapat menutupi kelemahannya yang rentan terhadap penyakit. Dominasi satu varietas juga memberikan keunggulan dalam

hal pengelolaah tanaman, panen dan pasca panen, dimana kawasan durian di daerah ini tampak menonjol sebagai suatu kawasan industri agro durian Monthong. Mulai dari industri hulu seperti perbenihan sampai industry hilir semisal prosesing buah dapat berjalan secara berkelanjutan di dalam satu kawasan.

Durian di Thailand, selain ditanam secara monokultur, juga secara kebun campuran (*mix farming*) dikombinasi dengan Manggis, Langsung, Pisang dan Salak. Di beberapa area di kombinasi dengan kelengkeng dan sedikit tanaman lada. Konsep pengelolaan kebun pada dasarnya dibuat semi hutan, artinya tidak terlalu rapi dengan penutup tanaman semak seperti rumput dan di beberapa tempat di tanam pisang. Jarak tanam relatif rapat, sekitar 8 x 8 m, dikombinasi dengan penerapan teknik pemangkasan dan pembentukan tajuk. Rata-rata pohon sudah cukup umur > 10 tahun dan tinggi lebih kurang 5-6 meter (relatif pendek) dan jari-jari tajuk rata-rata 3 meter. Sehingga dengan jarak tanam 8 x 8, antar pohon tetap tidak saling ketemu, sinar matahari cukup efektif menembus pohon, dan di sisi lain pohon tetap produktif dan memudahkan proses panen. Petani umumnya akan mempertahankan tinggi tanaman maksimal 9 meter dengan cara topping. Pemangkasan menjadi kegiatan rutin yang dilakukan, berbeda dengan di Indonesia yg umumnya kebutn tanpa melakukan pemangkasan ranting.

Semua kebun durian yang diamati menggunakan irigasi sprinkle atau tetes (*drip*) sebagai sarana pengairan. Dimana air dikumpulkan di tandon atau bak, kemudian dialirkan melalui pipa-pipa sepanjang kebun dan di setiap pohon di berikan 2 titik outlet. Pohon durian berdiameter tajuk 6 m diberikan airsekitar 1500 liter/pohon/minggu. Cara ini cukup mahal, tetapi di sisi lain sangat ideal untuk durian. Durian menuntut tanah tetap lembab, tetapi tidak sampai basah terendam yang rentan terhadap jamur dan busuk akar. Hal ini kembali seperti konsep durian di hutan dimana sepanjang akar tertutup humus cukup tebal untuk menjaga kelembapan dan terdapat tetesan atau rembesan air baik dari embun dan hujan hampir sepanjang waktu.

Pemupukan dan aplikasi pestisida merupakan praktek budidaya yang di lakukan intensif oleh petani Thailand untuk mengimbangi tuntutan produksi yang tinggikan kualitas tanah yang tidak cukup ideal. Pada tanaman umur produktif, pemupukan dimulai dari saat setelah panen pada bulan Juni atau Juli, yang sebelumnya dilakukan pemangkasan ranting dan tunas-tunas air. Pada bulan Oktober dilakukan pemupukan kedua, dan setelah bunga muncul pada bulan Desember dilakukan penjarangan sekitar 20-50% jumlah bunga, setelah itu dilakukan penyemprotan fungisida. Pada saat bunga mekar dilakukan penyemprotan akarisida untuk menghindari serangan kutu pada bakal buah. Satu bulan setelah bunga mekar dilakukan pemupukan kembali. Total pupuk yang diberikan selama setahun pada tanaman produktif berkisar 8-14 kg NPK. Untuk meningkatkan kualitas buah, setelah buah berukuran bola takraw dilakukan pemupukan menggunakan $\text{Ca}(\text{NO}_3)_2$ 0,2%, $\text{Mg}(\text{SO}_4)_2$ 0,2%, dan KNO_3 1% dengan cara disemprot pada daun setiap 15 hari sekali.

Kegiatan panen dan pasca panen telah dilakukan sejak kegiatan di kebun (*on farm*). Misalnya sortir buah sudah dilakukan di kebun ketika buah menjelang masak di pohon. Yang dicari adalah buah dengan bentuk simetris sempurna, sementara buah yang bentuknya tidak memenuhi kriteria langsung dipisahkan. Buah di panen dalam tingkat kematangan 70-80% (masih mengkal, belum siap makan) dan di rendam dalam etylene cair untuk pematangan dalam perjalanan. Dalam hal ini sudah diperhitungkan berapa lama waktu pematangan yang diperlukan untuk packing dan buah mulai masuk pasar. Buah yang kualitas A, akan di packing dan di kirim ke China sebagai pasar utama, sedangkan kualitas dibawahnya dipasarkan ke pasar lokal. Di sepanjang perbatasan masuk Chantaburi, bisa ditemukan puluhan perusahaan pengolahan hasil segar durian untuk pengiriman ekspor dan distribusi dalam negeri. Setiap perusahaan tersebut memiliki jaringan petani di bawahnya, terdapat system *tracking* untuk memonitor kualitas buah dari petani dan seterusnya dalam setiap kemasan box yang dikirim.

Disamping olahan segar, cukup banyak juga perusahaan yang memproses buah untuk olahan kering seperti durian chips, vacuum fries, dll. Perusahaan ini terutama mengambil bahan dari durian dengan kualitas rendah yang tidak dapat dipasarkan sebagai buah segar. Walaupun pada saat-saat tertentu misalnya panen raya, buah yang kualitas tinggi pun diproses karena harganya yang jatuh.

Situasi Agribisnis Durian di Malaysia

Letak geografis Malaysia yang berada pada lokasi bersinggungan dengan pusat asal durian, yaitu pulau Kalimantan khususnya negara bagian Serawak dan Sabah, memberikan kontribusi pada tingginya keragaman durian di negara ini, setidaknya tercatat 23 spesies dan beragam variasi durian (Idris, 2011). Malaysia telah melakukan pendaftaran varietas durian sejak lebih 50 tahun lalu yaitu 1934. Ini menunjukkan upaya serius mengembangkan durian telah dimulai sekitar tahun tersebut. Sampai tahun 2015, lebih dari 200 varietas atau disini disebut klon durian telah terdaftar di Kementerian Pertanian Malaysia. Masing-masing klon yang terdaftar di berikan nomor urut pendaftaran dengan diawali huruf D sebagai singkatan dari kata Durian. Beberapa klon durian yang terkenal diantaranya D2 (Dato Nina), D10 (Gombak), D24 (Sultan), D145 (Durian Hijau), D168 (Hajah Asmah), dan D197 (Raja Kunyit) yang lebih dikenal dengan nama Musang King. Durian hasil pemuliaan diberi nama MDUR (Malaysian durian) seperti MDUR78, MDUR79 dan MDUR88 (Abidin *et al.*, 2000; Tinggal *et al.*, 1994). Durian-durian yang tidak terdaftar dan belum dikenal umum disebut sebagai durian kampung.

Dalam kancah perdagangan durian internasional, Malaysia berkontribusi sekitar 5,43% (18,75 ribu ton) dari total ekspor durian ASEAN (PAEDA, 2013). Tidak ada daerah khusus di Malaysia sebagai penghasil utama durian, tetapi tanaman ini menyebar hampir di seluruh wilayah Negara. Diantara sentra durian yang terkenal menghasilkan buah durian kualitas baik misalnya Pahang, Penang dan Johor. Di Pahang terutama di daerah Bentong terkenal dengan durian Musang King yang berkualitas paling baik, sedangkan di Penang masyarakat setempat lebih mengunggulkan durian Ochee. Rata-rata kebun durian di Malaysia telah dimiliki secara turun-temurun selama 50- 60 tahun, sehingga pengelola saat ini adalah generasi kedua atau ketiga dari pemilik pertama.

Petani durian di Malaysia umumnya menanam berbagai varietas dalam satu kebun. Dalam luasan kebun yang bervariasi antara 3-10 ha ditanam hingga belasan klon. Setiap kebun memiliki varietas unggulan seperti Musang King, D24, dan Ochee. Disamping itu juga menanam klon yang menjadi kegemaran pribadi sebagai koleksi khusus yang menjadi keunikan masing-masing kebun. Varietas yang banyak di setiap kebun diperoleh dengan cara tukar menukar antar pekebun. Para pekebun memiliki berbagai alasan untuk melakukan koleksi suatu varietas, disamping karena faktor rasa terdapat alasan lain diantaranya tipe pembuahan awal, tengah, atau akhir yang tujuannya untuk memperpanjang masa panen.

Sebagaimana di Thailand, pengelolaan kebun di Malaysia sudah cukup intensive dengan aplikasi pengairan *springkle* atau tetes. Setiap kebun memiliki instalasi mandiri berupa sumber air atau sumur buatan yang dilengkapi pipa-pipa distribusi ke tiap-tiap pohon. Pada daerah yang sulit air seperti didataran menengah daerah bentong yang kondisi iklimnya cukup ekstrim, para petani menggunakan drum-drum tangkapan air hujan yang jumlahnya sampai ratusan. Aplikasi pupuk oleh petani durian di Negara ini juga cukup intensive, terutama pada saat pembentukan bunga dan buah.

Pelaksanaan budidaya yang cukup berbeda di tempat ini dengan di Thailand adalah pada kegiatan panen dan pasca panen. Karena durian di Malaysia dikonsumsi segar dari buah jatuh, maka para pekebun umumnya menggunakan menganut system *rapid time to market*, dimana aliran proses dari durian petik matang, seleksi, pengepakan dan distribusi ke pasar dilakukan keseluruhan kurang dari 24 jam. Untuk memotong rantai distribusi, dari petani langsung mengirimkan produknya ke stall langganan mereka di kota-kota besar. Khusus untuk Negara bagian Johor pemasaran hingga (bahkan utama) ke Singapore. Hal ini dimungkinkan karena ada jalan tol yang menghubungkan langsung dari Johor ke Singapore.

Pilihan lain yang banyak diambil oleh pekebun adalah dengan cara memasarkan sendiri hasil kebunnya. Pada pagi hari mereka mengambil hasil panen ke kebun dan langsung dijual dipinggir jalan dan lokasi-lokasi strategis seperti rest area disekitar kebun atau kota terdekat. Sehingga buah yang dijajakan benar-benar dalam kondisi segar sehingga disukai pelanggan. Pilihan pemasaran langsung durian segar jatuh mempengaruhi kebiasaan perawatan tanaman durian di Malaysia yaitu penggunaan jaring buah yang dipasang pada saat buah sudah mendekati masak. Dengan aplikasi jarring, buah yang jatuh tidak sampai menghantam tanah sehingga kondisinya masih baik dan tidak cacat. Untuk menjaga kesegaran buah, mereka biasanya hanya mempertahankan durian selama satu hari, bila tidak laku maka besuknya diolah menjadi produk lain misalnya lempok (dodol durian).

Situasi Agribisnis Durian di Singapura

Dalam tataran bisnis durian, Singapura bukanlah sebagai penghasil buah durian. Namun, Negara ini dikenal sebagai pasar utama untuk kawasan Asia Tenggara khususnya durian kelas premium. Tidak ada kebun durian di Negara ini, satu-satunya tempat tanaman durian adalah di taman agroteknologi (Alim *et al.*, 1994). Pasar Singapura sangat menonjol seiring terangkatnya pamor durian Musang King dari Malaysia. Di tahun 2013 Singapura merupakan negara importir durian terbesar di ASEAN dengan rata-rata volume sebesar 22.867 ton atau memberikan kontribusi sebesar 50,06%, terhadap total volume impor di kawasan ini (PAEDA, 2013).

Disamping penaja kecil, terdapat 4-5 pedagang besar di Singapura Para pedagang durian di sini umumnya memiliki jejaring langsung dengan pekebun di Malaysia. Dengan jarak geografis yang relatif dekat, pekebun bisa menjual langsung hasil panennya ke *seller partner*, yang disesuaikan dengan target market mereka. Tidak sedikit juga ada hubungan khusus antara pekebun di Johor yang relatif dekat dengan Singapura, boleh jadi pedagang warga Singapura memiliki kebun durian di Johor, atau sebaliknya warga Johor dapat menjual langsung sebagai pedagang di Singapura.

Tanpa disadari telah terjadi *simbiosis mutualisme* antara Malaysia dan Singapura dalam pemasaran durian. Produk yang bermutu dari Malaysia dipadu dengan kreatifitas dan inovasi pedagang di Singapura memberikan sumbangan yang besar pada meningkatnya kepopuleran durian Musang King. Untuk menarik pembeli yang umumnya wisatawan, para pedagang di Singapura menciptakan *brand image* baru dengan istilah 'King of King' untuk Musang King yang dipanen dari pohon yang telah berumur >20 tahun. Karena dipercaya, pada umur tersebut kualitas durian dalam kondisi lebih prima. Walaupun pada kenyataannya tidak selalu demikian. Khusus untuk Musang King grade Super ini (king of king atau minimal grade A), terlihat tidak semua pedagang bisa menjualnya karena stok terbatas, dan akhirnya hanya sebagian menjual yang kelas Grade B atau C (asumsi asal ada Musang King yang dipajang di stall).

Konsumen utama durian di Singapura adalah wisatawan yang sedang berkunjung atau para penggemar durian yang sengaja datang hanya untuk menikmati durian kualitas premium. Konsumen ini datang dari berbagai Negara, diantaranya dari Indonesia. Mereka membeli durian dimana saja stall yang dekat apartemen – selama kualitas rasa baik, warna kuning, rasa manis pahit dan mereknya Musang King. Premis ini sama saja dengan yang terjadi di Indonesia, Thailand dan Malaysia – banyak orang yang suka durian, tetapi sangat sedikit yang mengerti *top grade* durian. Sehingga Musang King sejatinya sudah jadi merk dagang, sebagaimana di Indonesia, semua buah yang besar disebut 'bangkok'.

Seperti halnya Sumatera, pada dasarnya Malaysia adalah sumber durian-durian berkelas. Menarik yang dilakukan pedagang di Singapura, untuk menyiasati pasokan terbatas Musang King, maka mereka mengimpor durian lokal Malaysia yang di anggap baik dan dibuat merk atau nama komersial untuk menarik pembeli. Varian seperti Golden Phoenix, Kasap Merah, Butter dan sebagainya tidak terdaftar resmi di Malaysiatetapi merupakan merk lokal Singapore saja. Artinya selama kualitas cukup baik, bisa dijual dan jumlah memadai, maka produk durian apapun dari Malaysia bisa di kirim ke Singapura.

Pembahasan Umum

Asumsi awal dalam budidaya durian dimana diperlukan varietas durian terbaik (premium) untuk dikembangkan agar masuk ke pasar global ternyata tidak berlaku di Thailand. Dimana dalam hal ini durian varietas Monthong masih menjadi varietas utama yang dikembangkan petani Thailand. Padahal dinegara ini telah dikenal varietas- varietas yang memiliki potensi mengisi kelas premium misalnya Kanyao - yang beberapa kali mendapatkan gelar durian terbaik dan mendapatkan harga lelang yang fantastis. Hal ini disebabkan para pekebun telah merasa nyaman dengan kondisi usaha durian yang mantab lengkap dengan segala infrastruktur dan fasilitas industri agro terintegrasi dari hulu-hilir, dengan proses produksi pertanian ketat untuk menjamin kualitas produk.

Dengan industri pasca panen yang sudah sangat matang, maka pilihan petani dengan varietas Monthong menjadi masuk akal, karena produktifitas tinggi, tahan simpan, dan penerimaan pasar yang cukup baik. Apalagi pasar utama yang dituju adalah China, yang

merupakan “new emerging market” yang menarik – potensi pasar sangat besar dan secara umum belum ter-edukasi dengan baik mengenai konsep “premium durian”. Semua produk durian dari Thailand di arahkan ke China. Sementara Indonesia menjadi sekunder market untuk produk yang tidak lolos seleksi ke pasar utama.

Kondisi yang sebaliknya terjadi di Malaysia, dimana para pekebun mengunggulkan justru mengembangkan berbagai varietas dalam satu kebun dengan mengunggulkan satu atau dua varietas yang menjadi trend setter seperti Musang King atau Ochee sebagai produk premium didampingi varietas-varietas beragam yang memiliki keunikan masing-masing. Dengan cara ini para pekebun sekaligus sebagai penjual yang dapat melakukan penjualan langsung dan memperoleh keuntungan per unit yang lebih tinggi. Keuntungan lainnya, kebun dengan beragam varietas ini dapat menjaga loyalitas pelanggan untuk ‘belanja’ varian-varian yang unik layaknya di ‘boutique’ sesuai selera masing-masing.

Kapabilitas pengetahuan petani di kedua Negara Thailand dan Malaysia yang cukup seragam dalam penerapan teknologi budidaya, menghasilkan kualitas produk yang relatif seragam. Hal ini bisa dilihat dari kontes durian yang dilakukan di kedua Negara yang lebih kearah kompetisi antar pekebun, berbeda sekali dengandi Indonesia yang masih kontes antar varietas indigenous. Inti dari kontes yang dinilai adalah proses budidaya, yang bisa tercermin dari kualitas produk yang dihasilkan.

Secara umum bila di bandingkan dengan Thailand, maka model bisnis di Malaysia benar-benar murni ‘*market driven*’ dalam artian petani melepas produk putus, dan seller- yang dalam hal ini adalah Singapura - yang melakukan usaha kreatif untuk menjual produk dengan harga se-premium mungkin. Berbeda dengan Thailand yang sudah “*product driven*” dimana produk di buat dan dilakukan penyeragaman, dan kemudian market di ciptakan untuk produk tersebut. Dalam hal ini, Thailand jauh lebih matang dari Malaysia.

Dari model agrobisnis durian di ketiga Negara ini maka pilihan pengembangan dan strategi produk durian sedikit banyak sudah bisa dipahami. Langkah praktis selanjutnya yang lebih spesifik untuk menentukan strategi hulu-hilir pengembangan agroduriandiseuaikan dengan lokasi area pengembangan dan target market. Dua karakter produk berbeda sudah di amati, Thailand dengan durian petik mentah dengan karakter produk manis, creamy ringan, tebal berisi dan bisa dibilang tanpa pahit. Dan Malaysia dengan model durian jatuhan dengan karakter rasa yang berbeda, lebih berat, kental dan cenderung pahit. Kedua produk bisa berjaya di segmen masing-masing, kita amati di Singapore, hampir tidak ditemukan varian dari Thailand seperti Monthong, sebaliknya, varietas inibisa berjaya di pasar China. Disamping ada faktor lain, yaitu keuntungan distribusi dari Malaysia ke Singapura yang relatif mudah, dan karakter produk Malaysia yang tidak tahan dikirim lama dalam kondisi segar.

KESIMPULAN

Agrobisnis durian di Thailand bertipe “*product driven*” dimana produk di buat dan dilakukan penyeragaman, dan kemudian market di ciptakan untuk produk tersebut. Dinegara ini durian dikembangkan sebagai bahan ‘industri’ berupa satu varietas dalam kawasan luas yang dilengkapi dengan fasilitas untuk proses produksi dari hulu sampai hilir menunjang pemasaran segar dan olahan.

Model agrobisnis durian di Malaysia bertipe ‘*market driven*’ dimana petani melepas produk putus, baik yang dilepas ke pedagang lain maupun dipasarkan sendiri. Pekebun disini umumnya mengusahakan durian dengan model ‘boutique’, dimana satu kebun durian terdiri atas belasan varietas dengan fasilitas pribadi.

Singapura merupakan pasar utama durian premium. Para pedagang disini melakukan usaha kreatif untuk menarik minat pembeli dan mendapatkan harga premium.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sampaikan terima kasih kepada pihak sponsor kegiatan survey Bapak Antonius Kristanto dan Bapak Hadi Sunyoto.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. Z., A. G. Mohammad, M. O. Shamsudin, N. H. N. Masdek & N. M. Ghazali. 2000. Klondurian berpotensi untuk alaf baru. In: Mohamed, Z. A., M. S. Othman, A. T. Sapii, Z. Mahmood and S. Idris (eds.). Prosiding Seminar Durian 2000: Kearifan Menstabilkan Pengeluaran Kualiti dan Pasaran, 1-3 Ogos 2000. Ipoh, Perak, Malaysia. pp. 26-36.
- Alim, J., J. Ahmad, S. D. B. Geronimo, K. S. Huat, S. Nanthachai, & P. Tjiptono. 1994. Status of the durian Industry in ASEAN. In: Nanthachai, S (ed). Durian, fruit development, post harvest physiology, handling and marketing in ASEAN. pp. 27-43.
- BPS, 2012. Statistik Pertanian Republik Indonesia Tahun 2011.
- BPS, 2015. Statistik Pertanian Republik Indonesia Tahun 2014.
- Idris, S. 2011. Durian of Malaysia. Malaysian Agricultural Research and Development Institute. 167p.
- Kostermans, A.J.G.H. 1958. The genus *Durio* Adans. (Bombac.). *Reinwardtia*4(3), 47-153.
- PAEDA [Phillippine Agricultural Economics and Development Association]. 2013. "Inclusive and sustainable development: Issues and Challenges for Agriculture, Fishery and Natural Resources". Biennial Convention.
- Santoso, P. J. & F. Nasution. 2015. Status budidaya dan harapan pelaku usaha durian terhadap idiom durian nasional. Prosiding Seminar Nasional Buah Tropika Nusantara II. Bukit tinggi 23-25 September 2014. Halaman 571-578
- Santoso, P. J., S. Purnomo, & I. Djatnika. 2014. Sumber Daya Genetik Durian: Status Pengelolaan dan Pemanfaatan. Sumber Daya Genetik Pertanian Indonesia: Tanaman Pangan, perkebunan dan Hortikultura. Hal. 403-430
- Santoso, P. J., A. Granitia, N. L. P. Indriyani, & A. Pancoro. 2016. Analisis Lokus dan Keragaman Sumberdaya Genetik Durian (*Durio* sp.) berdasarkan Marka Mikrosatelit. (*In press*. Jurnal Hortikultura)
- Somsri, S. 2007. Thai Durian. Horticulture Research Institute, Department of Agriculture, Chauchak, Bangkok 10900, Thailand. 52 p.
- Tinggal, S., R. A. B. S. Tirtosoekotjo, Z. A. Mohamed, R. R. C. Espino, K. S. Huat & J. Sadakorn. 1994. Durian cultivars in ASEAN. In: Nanthachai, S. (ed.). Durian: fruit development, post-harvest physiology, handling and marketing in ASEAN. ASEAN Food Handling Bureau. pp. 7-26.
- Tirtawinata, M. R., P. J. Santoso, & L. H. Apriyantini. 2016. Durian, Pengetahuan dasar untuk pecinta durian. 142 halaman
- Uji, T. (2005). Keanekaragaman jenis dan sumber plasma nutfah *durio* (*Durio* spp.) di Indonesia. *Buletin Plasma Nutfah*, 11(1), 28-33.