

**KIAT PEMASARAN USAHA PECEL LELE DI WARUNG TENDA
SEPANJANG JALAN LINTAS TIMUR SUMATERA KECAMATAN LIRIK
KABUPATEN INDRAGIRI HULU
PROVINSI RIAU**

Oleh

Farin Kharisma ¹⁾; Eni Yulinda ²⁾; dan Hamdi Hamid ²⁾

ABSTRAK

Penelitian ini tentang kiat pemasaran usaha pecel lele di warung tenda dan dilaksanakan pada tanggal 17 Juni – 03 Juli 2015 di sepanjang jalan Lintas Timur Sumatera Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kegiatan usaha pecel lele di warung tenda dan untuk Mendeskripsikan Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran usaha pecel lele di warung tenda. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung tenda pecel lele merupakan usaha perdagangan makanan yang dilakukan pada sore hari hingga tengah malam bahkan ada juga yang buka pada waktu jam 17.00 WIB sampai 24.00 WIB yakni berjumlah 6 warung pecel lele, sedangkan usaha yang berlokasi di dekat pemberhentian angkutan umum antar provinsi ini yakni berjumlah 3 warung buka pada jam 15.00 WIB sampai jam 03.00 WIB, disebabkan lokasi ini selalu ramai calon pembeli. Keberadaan usaha pecel lele oleh pengusaha pecel lele di Jalan Lintas Timur Sumatra Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal : peluang yaitu laju pertumbuhan penduduk, inovasi alat masak, kebijakan dan peranan pemerintah dalam pengembangan usaha pecel lele, tempat lokasi yang mendukung, ketersediaan bahan baku, daya beli konsumen, pengembangan daerah pemasaran. Faktor internal yaitu faktor dilakukan oleh suatu pengusaha untuk melakukan kegiatan usaha warung tenda pecel lele. hasil penelitian kiat- kiat yang dilakukan oleh pedagang responden berbeda- beda, diantaranya ada pelayan perempuan, fasilitas yang bagus, lokasi strategis, kualitas produk, servis/pelayanan dan kebersihan.

Kata Kunci : *Kiat Pemasaran, Faktor Eksternal, Faktor Internal.*

¹⁾ Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau

²⁾ Dosen Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universitas Riau

**BUSINESS MARKETING TIPS PECEL LELE TENT SHOP ALL THE WAY
OF CROSS NORTH SUMATRA LIRIK DISTRICT
INDRAGIRI HULU REGENCY
RIAU PROVINCE**

By

Farin Kharisma ¹⁾; Eni Yulinda ²⁾; dan Hamdi Hamid ²⁾

ABSTRACT

This research on pecel lele business marketing tips in the tent stalls and was held on 17 June to 3 July 2015 along the East Sumatera Lirik District of Indragiri Hulu Regency Riau province. The purpose of this study was to describe the business activities pecel lele in the tent stalls and separately describe the factors that influence marketing efforts in the shop tent pecel lele. The method used in this study is a survey method.

The results showed that the tent stalls pecel lele is a trading business meal is done in the afternoon until midnight and even some are open at 17:00 pm until 24.00 pm which amounted to 6 waung pecel lele, while the business is located near the dismissal of intercity public transport this province which amounted to 3 stalls open at 15:00 pm until 3:00 pm, because the location is always crowded prospective buyers. The existence of business pecel lele by employers pecel lele in the Trans Eastern Sumatra District of Lirik Indragiri Hulu influenced by some external factors: the probability that the rate of population growth, innovation cookware, policies and government's role in business development pecel lele, where location support, availability raw materials, consumer purchasing power, the development of the marketing area. Internal factors are the factors by an employer to conduct business activities tent stalls pecel lele. the results of research conducted by the tips of respondents different merchants, among them there maid, facilities, strategic location, quality of product, service / service and cleanliness.

Keywords: *Marketing Tips, External Factors, Internal Factors.*

¹⁾ Student in Fisheries and Marine Science Faculty Riau University

²⁾ Lecturer in Fisheries and Marine Science Faculty Riau University

PENDAHULUAN

Kabupaten Indragiri Hulu merupakan jalan lintas yang menghubungkan Kota Pekanbaru dengan daerah sub urban dan daerah-daerah lain seperti Propinsi Sumatra Selatan, pulau Jawa dll. Di sepanjang Jalan Lintas Timur yang terletak di Kecamatan Lirik terdiri dari beberapa bangunan (ruko), kantor, pusat belanja (pasar), sekolah dan tempat ibadah (masjid).

Di daerah kecamatan Lirik ini pesat perkembangannya dikarenakan ada beberapa perusahaan perkebunan dan perminyakan yang berdiri di kecamatan Lirik. Penduduk kecamatan lirik kebanyakan bekerja di beberapa perusahaan minyak swasta dan ada juga yang bekerja di perusahaan perkebunan. Jarak jalan Lintas Timur di Kecamatan Lirik ini berjarak 20 km. Pada tahun 2012 usaha warung pecel lele yang terdapat di Jalan Lintas Timur yang terletak di Kecamatan Lirik ini sebanyak 5 pengusaha, pada tahun berikutnya yaitu tahun 2013 usaha warung pecel lele ini mengalami penambahan pengusaha yang membuka warung pecel lele sebanyak 8 orang dan pada tahun 2014 usaha warung pecel lele ini bertambah jumlahnya menjadi 9 orang pengusaha. Kiat-kiat yang mendukung dalam usaha pecel lele ini yaitu : 1. Menu makanan yang bermacam-macam, 2. Adanya fasilitas yang disediakan warung yang nyaman, 3. Nama warung yang unik, 4. Penyajian makanan yang menarik, 5. Tampilan warung yang berbeda.

Awal mula pecel lele ada di kecamatan Lirik ini berdasarkan wawancara kepada pemilik warung pecel lele mereka merantau langsung dari daerah asal mereka dan ada pengusaha yang membuka usaha ini berdasarkan usulan dari saudara yang bertempat tinggal di kecamatan Lirik. Ditinjau dari lingkungan kecamatan Lirik prospek untuk membuka usaha pecel lele ini sangat menjanjikan, karena masih sedikit yang membuka warung kuliner seperti pecel lele.

Asal pengusaha atau pedagang pecel lele ini umumnya berasal dari pulau Jawa tetapi ada juga yang berasal dari luar Jawa. Dari 9 pengusaha hanya 1 yang berasal dari Lampung, 3 pengusaha berasal dari Lamongan, 4 pengusaha berasal dari Semarang, dan 1 pengusaha berasal dari Solo. Pengusaha yang daerah asalnya dari Lampung membuka usaha pecel lele di Jalan Lintas Timur ini berdasarkan usulan dari saudara yang berada di kecamatan Lirik. Konsumen yang datang tidak hanya dari daerah lokal tapi banyak juga dari luar kota yang sedang melintas di Jalan Lintas Timur tersebut. Konsumen lokal pun banyak juga yang berminat memampir ke warung pecel lele ini.

Sebagai sarana untuk kelangsungan usaha pecel lele, disamping pola konsumsi masyarakat terhadap ikan, maka usaha pecel lele perlu ditingkatkan, peran dan eksistensi serta kualitas rasa pecel lele juga sangat penting dipertahankan, secara sederhana dapat dipahami bahwa suatu usaha dapat bertahan dan berkembang apabila usaha tersebut memberikan keuntungan secara

berkelanjutan. Dengan alasan diatas maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Kiat Pemasaran Usaha Pecel Lele Di Warung Tenda Sepanjang Jalan Lintas Timur Sumatra Kecamatan Lirik Kabupaten Indragirihulu”.

METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan Tempat

Penelitian ini yang akan dilaksanakan tanggal 17 Juni – 3 juli 2015. objek penelitian ini adalah pengusaha warung tenda pecel lele di sepanjang Jalan Lintas Timur Sumatera yang berlokasi di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragirihulu Provinsi Riau. pemilihan lokasi penelitian ini berdasarkan pertimbangan bahwa usaha pecel lele yang ada di daerah ini cukup banyak dan memiliki ciri khas yang berbeda – beda.

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu melakukan pengamatan langsung terhadap objek di lapangan dengan mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan responden yang berpedoman pada kuisisioner yang telah disediakan.

Penentuan Responden

Penentuan responden dalam penelitian ini menggunakan metode sensus , sehingga jumlah responden yang diambil sama dengan jumlah populasi yang ada yaitu 9 orang pengusaha pecel lele yang terletak disepanjang jalan Lintas Timur Sumatra di Kecamatan Lirik.

Pengambilan Data

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara langsung terhadap responden (pengusaha) dengan menggunakan kuisisioner sebagai alat bantu.

Untuk melengkapi data ini sebagian diambil dari Kantor Kecamatan Lirik dan didukung literatur yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Batasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas untuk mengetahui kiat pemasaran usaha warung tenda pecel lele yang meliputi : pengusaha pecel lele dan merumuskan kiat-kiat pemasaran yang efektif bagi usaha pecel lele yang ada disepanjang Jalan Lintas Timur Sumatera Kecamatan Lirik Kabupaten Indragirihulu Provinsi Riau.

3.5. Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data primer maupun data sekunder. Data primer diperoleh dari wawancara langsung dengan responden sedangkan data sekunder diperoleh dari intansi terkait yaitu Kantor Kecamatan. Data yang diperoleh ditabulasikan dan kemudian dianalisis secara deskriptif dan selanjutnya dibahas menurut permasalahan masing-masing, berdasarkan beberapa tujuan penelitian yang telah ditetapkan, analisa data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1). Untuk mendeskripsikan kegiatan usaha pecel lele di warung tenda, data di analisis secara deskriptif dan kuantitatif

- 2). Untuk mendeskripsikan Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pemasaran usaha pecel lele di warung tenda, data di analisis secara deskriptif dan kuantitatif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Letak Geografis Kecamatan Lirik

Kecamatan Lirik merupakan salah satu kecamatan yang cukup pesat perkembangannya baik ditinjau dari perkembangan fisik kota maupun pertambahan penduduknya. Secara geografis Kecamatan Lirik berbatasan dengan wilayah tetangganya yaitu :

- Sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Ukui
- Sebelah selatan berbatasan dengan kecamatan Rengat Barat
- Sebelah barat berbatasan dengan kecamatan Pasir Penyau

- Sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Rengat Barat

Keadaan Penduduk

Penduduk merupakan salah satu potensi yang sangat besar peranannya dalam pembangunan terutama sekali pada negara yang sedang berkembang seperti Indonesia. Jumlah penduduk yang produktif diharapkan akan mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam yang ada terutama pada pengelolaan hasil perikanan, peternakan, pertanian ditingkat konsumen, khususnya pengelolaan usaha pecel lele.

Untuk lebih jelasnya mengenai jumlah penduduk Kecamatan Lirik berdasarkan jenis kelamin pada tahun 2014.

Tabel 4.1. Jumlah Penduduk Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau Tahun 2014.

No	Kelurahan	Jumlah penduduk		Jumlah
		Laki - laki	Perempuan	
1	Japura	784	787	1571
2	Sidomulyo	1264	1096	2360
3	Pasir Ringgit	1104	1246	2350
4	Gudang Batu	514	451	965
5	Sungai Sagu	1222	1104	2326
6	Lirik Area	225	218	443
7	Rejosari	527	479	1006
8	Lambang Sari V	358	380	738
9	Lambang Sari IV	55	142	197
10	Lambang Sari I,II,III	511	465	976
11	Wonosari	550	536	1086
12	Seko Lubuk Tigo	765	915	1680
13	Banjar Balam	493	469	962
14	Redang Seko	1651	1502	3153
15	Sukajadi	502	516	1018
16	Mekar Sari	863	781	1644
17	Pasir Sialang Jaya	483	466	949
Jumlah		11.871	11.553	23.424

Sumber : Kantor Camat Lirik

Berdasarkan Tabel 4.1. diatas terlihat jumlah penduduk di Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau ini debanyak 23.424 jiwa dengan jumlah laki – laki 11.871 jiwa (50,67 %) dan perempuan 11.553 jiwa (49,32 %).

Sebaran Penduduk Menurut Mata Pencaharian

Sebaran penduduk di Kecamatan Lirik kabupaten Indragiri Hulu Provinsi Riau ini dapat dilihat di

Tabel 4.3. Disini terlihat sebagian penduduk yang berada di Kecamatan Lirik ini.

Mata pencaharian penduduk di Kecamatan Lirik cukup beragam, yaitu: Petani, PNS, karyawan perusahaan swasta, nelayan, peternak, pedagang, dan Buruh serta belum/tidak bekerja. Berdasarkan data yang diperoleh mata pencaharian penduduk di Desa Sawah dapat dilihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3. Penduduk Kecamatan Lirik Kabupaten Indragiri Hulu Propinsi Riau Berdasarkan Mata Pencaharian Tahun 2014

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	Petani	1084	25,00
2	Nelayan	49	1,13
3	Pengerajin	112	2,60
4	Karyawan Perusahaan Swasta	1146	26,43
5	Pedagang	568	13,10
6	Kepolisian	7	0,16
7	Tentara	11	0,25
8	Peternakan	142	3,27
9	Buruh	1005	23,18
10	PNS	211	4,86
Jumlah		4335	100,00

Sumber : Kantor Camat Lirik

Berdasarkan Tabel 4.3. dilihat penduduk di Kecamatan Lirik ini nilai yang paling tinggi bermata pencaharian sebagai karyawan swasta yang berjumlah 1146 jiwa (26,43 %). Karna di Kecamatan Lirik ini banyak berdiri perusahaan swasta seperti perusahaan Migas maupun perusahaan perkebunan. Penduduk di Kecamatan Lirik lebih banyak berprofesi sebagai karyawan swasta.

Karakteristik Pengusaha Responden

4.2.1. Umur Pengusaha

Berdasarkan umur pengusaha menjadi tolak ukur dalam menentukan produktifitas seorang baik dari segi fisik maupun cara berfikir dalam mengolah usaha pecel lele ini. Umumnya seseorang yang dalam usia produktif yang dapat melakukan usaha pecel lele dapat dilihat pada Table 4.4.

Tabel 4.4. Pengusaha Pecel Lele Berdasarkan Umur

No	Nama Pengusaha / Responden	Umur (Tahun)
1	Anto	38
2	Sarno	40
3	Untung	39
4	Wito	40
5	Idris	39
6	Subadi	30
7	Iwan	33
8	Mugio	40
9	Gono	34

Sumber : Data Primer

Dari Tabel 4.4. terlihat sebagian pengusaha pecel lele ini berusia > 40, ada yang berumur sampai 51 tahun. Tetapi ada juga pengusaha yang masih berusia muda

Tingkat Pendidikan Pengusaha Pecel Lele

Tingkat pendidikan seseorang pengusaha pecel lele akan mempengaruhi kemampuan dalam berfikir dan mengelola usahanya. Selain itu tingkat pendidikan

yang berumur 33 tahun. Hal ini yang akan menjadi usia yang produktif dalam usaha seperti usaha pecel lele ini.

berpengaruh juga dalam melakukan berbagai inovasi teknologi baru. Distribusi tingkat pendidikan pengusaha pecel lele dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini.

Tabel 4.6. Pengusaha Pecel Lele Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	SD	1	11,11
2	SMP	1	11,11
3	SMA	5	55,56
4	Sarjana	2	22,22
Jumlah		9	100,00

Sumber : Data Primer

Dari Tabel 4.6 memperlihatkan bahwa pendidikan pengusaha pecel lele berada pada kategori sedang, sebagian besar responden hanya tamat SMA dengan jumlah 5 orang (55,56 %). Dengan tingkat pendidikan yang tergolong sedang ini mengakibatkan agak susah nya seseorang untuk menerima perubahan yang bermanfaat bagi pengembangan usaha. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Syamsuddin (2002), bahwa faktor

yang menentukan keberhasilan usaha yang dikelola dipengaruhi oleh faktor 1). Terbatasnya pendidikan yang dimiliki oleh pengusaha, 2). Kurangnya bimbingan dari petugas penyuluhan, dan 3). Lemahnya modal yang dimiliki. Tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan mempengaruhi produktifitas kerja, sebab semakin tinggi tingkat pendidikan yang dimiliki, maka semakin tinggi pula

pemanfaatan waktu yang digunakan untuk bekerja.

Pengalaman Pengusaha Pecel Lele

Pengalaman usaha pecel lele dapat diartikan bahwa lamanya seseorang pengusaha pecel lele dalam

menyajikan berbagai jenis atau menu makanan dan minuman. Untuk melihat responden berdasarkan pengalaman usaha pecel lele dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Pengusaha Berdasarkan Pengalaman Dalam Usaha Pecel Lele

No	Pengalaman Usaha (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	0 - 3	7	77,78
2	4 - 7	1	11,11
3	>7	1	11,11
Jumlah		9	100,00

Sumber : Data Primer

Dari Tabel 4.5 terlihat bahwa sebagian besar pengusaha pecel lele telah melakukan usaha pecel lele kurang dari 4 tahun sebanyak 7 orang (77,78%). Ini terlihat bahwa pengusaha pecel lele pada umumnya memiliki pengalaman usaha yang cukup dan nantinya akan berkaitan dengan pengalokasian faktor-faktor produksi dalam melakukan usaha pecel lele. Menurut Yasin (1996), pengalaman berusaha akan mempengaruhi pengetahuan dan kemampuan dalam mengalokasikan faktor-faktor produksi serta penerapan teknologi baru.

Jumlah Tanggungan Keluarga Pengusaha Pecel Lele

Menurut Yasin (1996), Jumlah tanggungan keluarga secara langsung tidak berpengaruh terhadap tingkat usaha yang dilakukan, namun akan mempengaruhi pengusaha dalam melaksanakan produksi. Untuk jelasnya distribusi pengusaha pecel lele berdasarkan jumlah tanggungan keluarga dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Pengusaha Pecel Lele Berdasarkan Jumlah Tanggungan Keluarga

No	Jumlah Tanggungan Keluarga	Jumlah (Jiwa)	Persentase (%)
1	1 – 2	2	22,22
2	3 – 4	6	66,67
3	5 – 6	1	11,11
Jumlah		9	100,00

Sumber : Data Primer

Dari Tabel 4.7 dapat dilihat bahwa sebagian besar pengusaha pecel lele memiliki tanggungan keluarga yang tidak terlalu besar, rata – rata pengusaha pecel lele ini memiliki tanggungan keluarga 3 – 4 (66,67%), dengan demikian semakin sedikitnya

jumlah tanggungan keluarga akan memperbesar jumlah pendapatan.

Setiap usaha menginginkan pendapatan yang menguntungkan tidak terkecuali bisnis pecel lele, tentu mengharapkan laba atau keuntungan yang sesuai, tidak seorang pun yang berniat untuk merugi. Kerugian berarti

kehilangan sebagian modal atau tenaga dan pemikiran yang telah dicurahkan untuk kelangsungan bisnis itu. Sedangkan keuntungan berarti memperoleh kelebihan hasil dari modal yang telah ditanamkan (Rahardi, Kristiawati dan Nazarudin, 1997).

Kegiatan suatu usaha akan berjalan dengan baik apabila didukung oleh modal yang cukup. Menurut Mubyarto (2001), menyatakan bahwa besar kecilnya modal yang dimiliki oleh pengusaha tersebut akan mempengaruhi besar kecilnya produksi atau penghasilan yang akan diperolehnya. Dalam menjalankan usaha pecel lele menggunakan modal sendiri, semua ini dikarenakan kurangnya mereka dalam memanfaatkan pinjaman atau kredit, sedangkan dalam mengembangkan usaha tersebut membutuhkan modal yang relatif besar.

Lokasi Usaha Pecel Lele Warung Tenda

Lokasi paling berpengaruh untuk menentukan bisnis ini maju atau tidak. Terkadang Anda memerlukan keberuntungan untuk menemukan lokasi yang strategis. Biasanya tempat yang strategis akan disewakan dengan harga yang cukup tinggi. Untuk Anda yang memiliki modal cukup pun perlu mempertimbangkan apakah keuntungannya akan sebanding dengan modal yang dikeluarkan untuk menyewa lokasi.

Lain dengan hal warung pecel lele yang lainnya, seperti warung pecel lele Lamongan ini tidak mempunyai lahan parkir yang tidak luas tetapi warung pecel lele ini terletak di kantor perusahaan dan berdiri di pemukiman

warga. Warung pecel lele dengan nama Warung Pecel Lele Anti Galau tidak mempunyai lahan parkir yang tidak begitu luas dan lokasinya berdiri beberapa meter dari pusat pemberhentian bus antar provinsi Simpang Raya. Lokasi yang strategis ini menjadikan warung pecel lele tersebut banyak pengunjung. pemilihan lokasi untuk setiap bentuk kegiatan dalam proses produksi sangat menentukan efektifitas dan efisiensi keberlangsungan kegiatan tersebut.

Gambaran Umum Usaha Pecel Lele Warung Tenda

Warung tenda pecel lele secara umum merupakan warung yang berlokasi di pinggir jalan yang dimanfaatkan pada malam hari, sebab berlokasi di dekat kantor perusahaan migas dan di lahan parkir mobil yang terletak di pasar Lirik. Warung pecel lele ini mempunyai bangunan hanya menggunakan tenda bongkar pasang. Luas warung tenda pecel lele beragam, dari 15 m sampai 25 m. warung pecel lele ini menyediakan berbagai menu makanan dan minuman dan hanya buka dari jam 17.00 WIB sampai 24.00 WIB, tetapi berbeda dengan warung pecel lele yang berlokasi di dekat pemberhentian angkutan umum antar provinsi ini buka dari jam 15.00 WIB sampai jam 03.00 WIB. Dikarenakan lokasi ini tidak ada sepi karena berdekatan dengan pusat pemberhentian umum angkutan umum antar provinsi.

Tenaga Kerja

Usaha warung tenda pecel lele dalam menjalankan usahanya tidak dilakukan sendiri tetapi pengusaha mempunyai paling sedikit satu orang

tenaga kerja, melainkan paling sedikit pemilik mempunyai 1 orang karyawan untuk membantu menyelesaikan pekerjaannya. Jumlah karyawan pengusaha pecel lele bervariasi. Umumnya orang yang dijadikan karyawan yaitu saudara atau teman sekampung halaman dari daerahnya.

Waktu Penjualan/Jam Operasional

Warung tenda pecel lele merupakan usaha perdagangan makanan yang dilakukan pada sore hari hingga tengah malam bahkan ada juga yang buka hingga waktu menjelang subuh. Warung tenda pecel lele berjualan setiap hari tetapi ada juga yang tutup dengan waktu yang tidak tertentu. Waktu yang efektif berbualan mulai pukul 17.00 wib sampai pukul 24.00 wib. Hal ini dikarenakan beberapa lokasi yang mendukung seperti lokasi yang strategis dan pelanggan yang ramai.

Pengadaan dan Penanganan Bahan Baku

Pecel lele merupakan produk yang berbahan baku utamanya yaitu ikan lele tetapi ada pula ikan tawar yang disediakan seperti ikan gurami dan ikan nila. Sebahagian pedagang / pengusaha pecel lele memperoleh bahan baku utama ini diambil dari pembesaran di kolam budidaya ikan lele. Pemilik warung mengaku puas dengan memperoleh bahan baku dari kolamnya langsung dengan harga yang sedikit mahal dari harga jual pasar. Tapi karena sudah lama berlangganan harga bahan baku utamanya ini diberi pengurangan harga.

Berat ikan yang digunakan oleh pengusaha yang beratnya 1 kg ikan berisi 6 – 7 ekor ikan lele. Untuk ukuran

ikan sejenis lele berat tersebut pengusaha memilih karena ikan lele tidak terlalu besar dan tidak terlalu kecil dan ukuran besarnya pas untuk ukuran konsumsi. Terkadang ukuran membuat konsumen suka, terlalu besar ikan lele yang disediakan akan membuat konsumen sungkan untuk memakan.

Target Pasar

Warung pecel lele yang mudah didapatkan di pinggiran jalan raya memudahkan para konsumen untuk menikmati hidangan pecel lele. Penyajian yang hangat adalah salah satu kiat pelayanan yang diberikan. Harga yang tidak terlalu mahal membuat warung pecel lele tetap berdiri untuk menjajakan dagangannya. Warung pecel lele ini berdiri di sekitaran pusat kegiatan masyarakat seperti kantor perusahaan dan perusahaan industri lainnya.

Untuk mendefinisikan misi dan tujuan perusahaan, pemasaran berperan dalam pencapaian tujuan strategis, sehingga proses pemasaran dan kekuatan dapat mempengaruhi strategi pemasaran yang bertujuan untuk memenangkan persaingan. Proses pemasaran adalah proses yang menganalisa peluang pemasaran, menyelidiki pasar sasaran.

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Pemasaran **Faktor Internal**

Faktor internal yaitu faktor dilakukan oleh suatu pengusaha untuk melakukan kegiatan usaha warung tenda pecel lele. Data internal diperoleh melalui kegiatan wawancara dengan pemilik warung tenda pecel

lele. Yang menjadi faktor internal dalam usaha ini yaitu kekuatan meliputi tenaga kerja, alat masak, potensi pemasaran, lahan parkir yang memadai dan kelemahannya meliputi kurang nya informasi pasar, lemahnya manajemen keuangan, lemahnya modal.

Sumber Daya Manusia

Setiap warung tenda pecel lele mempunyai pekerja yang berjumlah antara 3- 7 orang dan pendidikan rata-rata adalah tamatan sekolah menengah pertama. Pada saat diterima sebagai pekerja pada usaha ini rata-rata mereka tidak mempunyai keahlian khusus sehingga para pemilik yang langsung memberikan pengarahan kepada pekerja dalam menjalankan tugasnya. Pemilik tidak memberikan pembagian kerja secara khusus kepada para pekerjanya dan mereka umumnya melakukan pekerjaan secara bersama-sama mulai dari melakukan persiapan di rumah sampai pada lokasi usaha tersebut. Pemilik biasanya meluangkan waktu untuk mengawasi keadaan warung dan pekerjanya.

Para pekerja tinggal satu rumah dengan pemilik atau ditempatkan pada satu rumah tertentu dengan tujuan untuk mempermudah pekerjaan mereka pada siang hari dan lebih mudah untuk mengawasinya. Waktu libur untuk pegawai setiap minggunya hanya satu hari dan dilakukan secara bergantian pada hari yang berbeda-beda.

Produk

Dasar dari pemasaran adalah produk yang merupakan tawaran nyata kepada pasar. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi

atau memuaskan kebutuhan atau keinginan manusia, baik yang berwujud maupun tak berwujud (Djaslim, 1991). Strategi produk adalah strategi yang dilaksanakan oleh suatu usaha dan berkaitan dengan produk yang dipasarkan. Perencanaan strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap keunggulan persaingan yang dimiliki suatu usaha untuk menghadapi kondisi pasar yang penuh dengan persaingan saat ini. Hal ini disebabkan produk merupakan suatu hal yang ditawarkan kepada konsumen yang diharapkan dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen.

Kualitas makanan yang dijual tidak hanya berasal dari bahan baku yang baik tetapi juga dari pengolahan yang dilakukan terhadap bahan baku tersebut sampai kepada penyajiannya agar tetap terlihat bagus bagi konsumen. Sejauh ini dalam menjalankan usaha para pemilik warung tenda dapat menjaga kualitas makanan yang dijual dan diharapkan dapat meningkatkan citra warung tenda pecel lele di masyarakat.

Harga

Harga adalah sejumlah uang sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga perlu disesuaikan dengan nilai bahan baku yang terkandung dan daya beli konsumen. Strategi yang dapat dilakukan adalah memberikan harga yang sedikit lebih murah agar konsumen tidak beralih ke pesaing lain untuk memilih produk mereka. Begitu pun dengan kualitas produk harus ditingkatkan sesuai dengan keinginan konsumen.

Penetapan harga jual yang dilakukan oleh pemilik tenda berdasarkan kesepakatan yang dibuat antar anggota yang tergabung dalam satu organisasi. Harga jual setiap produk yang ditawarkan sangat bervariasi tergantung dari jenisnya. Kisaran harga produk antara Rp 15.000 per porsi untuk pecel lele dan Rp 15.000 – 25.000 per porsi untuk bebek dan lain-lain. Per porsi menu makanan yang disediakan terdiri dari nasi dan olahan makanan lele belum bersama minuman dan tambahan yang lain nya seperti tahu, tempe, dan hati ampela. Jadi harga yang ditentukan per porsi belum termasuk tambahan minum dan lainnya.

Tujuan strategi distribusi adalah meningkatkan jangkauan produk terhadap pasar untuk memenuhi permintaan. Distribusi menunjukkan berbagai kegiatan yang dilakukan untuk membuat produk tersedia dan dapat diperoleh konsumen sasaran. Lokasi warung tenda yang berada di Jalan Lintas Timur Sumatra memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengunjunginya dan jam buka usaha yang panjang yakni mulai dari pukul 17.00-24.00 malam setiap hari memungkinkan konsumen untuk datang sepanjang malam.

Promosi

Salah satu dari promosi mereka yaitu memberi nama warung pecel lele mereka dengan nama yang unik ,spanduk yang bergambar – gambar ,dan disalah satu responden yang saya wawancarai diawal mereka membuka pecel lele mereka menarik pelanggan dengan menaruh harga satu porsi menu dengan harga Rp.10000 untuk malam

pertama mereka buka warung pecel lele ini.

Promosi yang dilakukan oleh pemilik warung tenda pecel lele masih kurang maksimal yaitu dengan mengandalkan Warung Tenda Pecel Lele. Konsumen informasi yang disebarkan dari mulut ke mulut dan rekomendasi dari pelanggan yang pernah makan di warung tenda kepada rekan maupun temannya serta dari spanduk yang dipasang pada warung tenda. Warung tenda belum membuat rencana baru untuk lebih mengenalkan usahanya sehingga informasi yang diketahui oleh konsumen mengenai keberadaan warung tenda tersebut masih sedikit.

Promosi bisa dilakukan dengan cara melakukan pembukaan warung pecel lele ini dengan mengundang masyarakat sekitar sekaligus ajang untuk memperkenalkan produk atau masakan yang seorang pengusaha buat dan membagikan begitusanya untuk mencicipi rasa masakan warung pecel lele.

Keuangan

Pada saat memulai membuka usaha ini, para pemilik lebih banyak menggunakan modal sendiri yang berasal dari modal pribadi maupun pinjaman dari kerabat atau keluarga dekat. Setelah usaha berjalan cukup lama, permodalan sedikit demi sedikit bertambah yang berasal dari keuntungan penjualan setiap hari. Pemilik warung tenda pecel lele tidak melakukan pinjaman modal dari bank atau lembaga keuangan lainnya dengan alasan bunga pinjaman yang terlalu tinggi dan tidak adanya jaminan atau agunan yang dapat diajukan sebagai syarat peminjaman. Keterbatasan

sumberdaya keuangan merupakan salah satu hambatan bagi pemilik warung tenda pecel lele untuk mengembangkan usahanya.

Modal yang dikeluarkan stiap pengusaha lumayan besar. Setiap pengusaha untuk membuka usaha ini menggunakan modalnya sendiri tidak ada mereka menggunakan modal dengan modal pinjaman dari bank atau dari yang lainnya. Karena pengusaha berasal dari kluarga yang mampu dan selain itu mereka mempunyai cabang di daerah jawa dll. Untuk membuka usaha warung pecel lele ini membutuhkan modal sebesar kurang lebih Rp.40.000.000.

Biaya tetap adalah pengeluaran bisnis yang tidak bergantung pada tingkatan atau jasa yang dihasilkan oleh bisnis tersebut. Yang termasuk biaya tetap perbulan yaitu :

- ✓ Listrik = Rp. 350.000
- ✓ Sewa tempat = Rp. 400.000
- ✓ Transportasi = Rp. 300.000

Biaya tidak tetap adalah biaya yang besar kecilnya tergantung dari sedikit atau banyaknya produk dan jasa yang akan dihasilkan.yang termasuk biaya tidak tetep perhari yaitu :

- ✓ Bahan baku = Rp. 500.000
- ✓ Sayuran = Rp. 200.000
- ✓ Gas = Rp. 32.000
- ✓ Minyak tanah = Rp. 66.500
- ✓ Bumbu = Rp. 350.000

Modal tetap adalah jenis modal yang digunakan berulang – ulang. Yang termasuk modal tetap perpriode yaitu :

- ✓ Kompor = Rp. 500.000
- ✓ Piring = Rp. 3.000.000
- ✓ Mangkok = Rp. 3.000.000
- ✓ Kursi = Rp. 3.000.000

- ✓ Meja = Rp. 5.000.000
- ✓ Tenda = Rp. 5.000.000
- ✓ Gerobak = Rp. 11.000.000

Modal kerja adalah suatu biaya untuk suatu usaha atau bisnis dan pada umumnya modal kerja dilakukan dengan berhutang atau pinjaman. Yang termasuk modal kerja yaitu perhari :

- ✓ Bahan baku = Rp. 500.000
- ✓ Upah tenaga kerja= Rp. 55.000
- ✓ Gas = Rp. 32.000
- ✓ Minyak tanah = Rp. 66.500
- ✓ Bumbu masakan = Rp. 350.000

Faktor Eksternal

Persaingan

Dalam menjalankan suatu usaha apapun pasti mempunyain saingan baik lingkungan maupun yang lain nya. Salah satu usaha yang menjadi bahasan yaitu usaha pecel lele. Banyak sekali orang yang membuka tempat makan warung pecel lele ini. Karna praktis dan tidak membutuhkan modal yang sangat besar. Selain persaingan antara usaha sejenis banyak buka usaha tempat mkanan yang lain nya seperti nasi goreng, nasi padang, rumah makan, sop tunjang dll maka disini lah seorang pengusaha pecel lele dituntut untuk kreatif dalam mengolah dan membuat cita rasa yang berbeda agar untuk menarik konsumen atau pembeli.

jika kebanyakan orang menyebutnya dengan pesaing, salah satu pengusaha menyebutnya dengan teman seprofesi, Bukankah mereka berbeda. Biasanya, karena persaingan, mereka berlomba-lomba untuk mencari pelanggan sebanyak-banyaknya. Ini sangat bagus. Tapi

terkadang persaingan terjadi secara tidak sehat.

Salah satu pengusaha akan mencontohkan dan menerapkan bagaimana pengusaha dituntut untuk berinovasi dalam mengolah atau menyajikan menu masakan yang berbeda dengan warung pecel lele lainnya. Tapi tetap saja saya memiliki pelanggan sendiri meskipun tidak sebanyak teman yang lain

Lokasi

Dalam lokasi ini pengusaha punya tempat yang strategis. Warung ini buka di pinggir jalan lintas sumatra yang setiap harinya banyak konsumen sekitar maupun konsumen lokal yang sengaja melintas di jalan lintas timur ini. Sebahagian pengusaha membuka di dekat atau di sebrang rumah makan yang sering jadi tempat pemberhentian bus dan kendaraan yang lainnya, maka tempat yang strategis dapat meningkatkan pendapatan.

Ciri-ciri lokasi yang strategis:

- Berada di lingkungan dengan daya beli masyarakatnya yang cukup tinggi.
- Tempat parkir tersedia luas.
- Berada di pinggir jalan, pertigaan, atau perempatan.
- Mobilitas atau lalu lalang orang cukup tinggi.

Adapun tujuan teori ini adalah untuk menentukan lokasi optimalnya (Optimum location) yaitu lokasi yang terbaik secara ekonomis. Menurut lokasi industri optimal Losch (Economic of location) yang berdasarkan demand (permintaan), sehingga disitu diasumsikan bahwa lokasi optimal dari suatu pabrik atau industri adalah dimana yang bersangkutan dapat menguasai wilayah

pasar yang terluas sehingga dapat menghasilkan paling banyak keuntungan.

Kiat Pemasaran Usaha Pecel Lele

Kiat merupakan faktor yang paling penting dalam pemasaran produk usaha pecel lele agar usaha dapat terus bertahan dan berkembang, dari hasil penelitian kiat- kiat yang dilakukan oleh pedagang responden berbeda- beda, diantaranya ada pelayan perempuan, fasilitas yang bagus, lokasi strategis, kualitas produk, servis/pelayanan dan kebersihan.

Pelayan perempuan dibuat untuk menarik perhatian konsumen khususnya konsumen laki- laki disamping wanita secara umum lebih bagus dalam pelayanan karena lebih lembut dalam berbicara dan teliti dibanding laki-laki namun dalam meningkatkan pemasaran produk usaha pecel lele pelayan wanita yang dipekerjakan lebih ditonjolkan keseksian tubuhnya dan biasanya berparas yang cantik serta masih muda. hal ini memang sangat berpengaruh dalam pemasaran terutama untuk target konsumen dari supir - supir lintas yang lewat dan berpengaruh pada waktu malam hari sekedar hanya untuk hiburan seperti teman berbicara, menggombal dan lain – lain.

Fasilitas warung yang bagus seperti memiliki dekorasi letak meja tersusun rapi lagi nyaman, ada musik, ada kipas angin, ada televisi, serta lahan parkir yang luas juga faktor yang mempengaruhi pemasaran. letak meja yang tersusun rapi menciptakan

kenyamanan pengunjung dan enak dilihat sehingga menarik pengunjung untuk duduk singgah. Musik disediakan untuk hiburan baik sebelum pesanan tiba dan setelah pesanan habis, sama halnya dengan musik, televisi juga sebagai media hiburan namun perbedaannya juga sebagai media informasi berita. kipas angin dibuat agar sirkulasi udara cepat dan anginnya yang menyegarkan ruangan sedangkan lahan parkir yang membuat konsumen yang datang tidak perlu repot untuk memarkirkan kendaraannya.

Lokasi yang strategis membuat usaha mudah ditemui, mudah dikenali dan mudah dijangkau oleh calon pembeli. Lokasi strategis biasanya dekat dengan keramaian dan pada simpang jalan. kualitas produk yang dimaksud dalam usaha pecel lele ini adalah kesegaran bahan baku ikan, ukuran ikan yang pas tidak terlalu besar dan juga tidak terlalu kecil serta cara pengolahan/pengorengan, hal ini menjadi perhatian konsumen ketika sebelum mulai memesan.

Tidak jarang servis atau pelayanan yang baik mampu membuat pelanggan kembali lagi untuk membeli, pelayanan usaha pecel lele yang dilakukan seperti keramah-tamahan, komunikasi yang menyenangkan pengunjung sehingga dapat tersenyum atau tertawa, selain itu waktu yang cepat dalam penyajian pesanan atau memberikan hidangan awal sebelum pesanan utama datang juga dilakukan. Kebersihan pada produk dan pada tempat usaha dapat membuat selera makan tidak terganggu atau bahkan hilang, kebersihan juga dapat mempengaruhi rasa dari produk yang dibuat maka dari itu setiap pengusaha

pecel lele sangat mengutamakan kebersihan produk dan tempat usahanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah melakukan analisis kondisi lingkungan internal dan eksternal dengan usaha pecel lele oleh pengusaha berpanduan pada penetapan acuan analisis Deskriptif, maka keberadaan usaha pecel lele oleh pengusaha pecel lele di Jalan Lintas Timur Sumatra Kecamatan Lirik Kabupaten Indragirihulu di pengaruhi oleh beberapa faktor eksternal : peluang yaitu laju pertumbuhan penduduk, inovasi alat masak, kebijakan dan peranan pemerintah dalam pengembangan usaha pecel lele, tempat lokasi yang mendukung, ketersediaan bahan baku, daya beli konsumen, pengembangan daerah pemasaran. Ancaman yang meliputi : munculnya pesaing, meningkatnya bahan baku, kurangnya investasi di bidang pecel lele, harga ditentukan oleh bahan baku, lokasi yang berdiri dipinggir jalan lintas.

Berdasarkan analisis Deskriptif dapat menggambarkan dan menceritakan kegiatan usaha pecel lele. Alternatif yang terpilih merupakan kiat yang dapat diterapkan dalam kegiatan pemasaran pecel lele di jalan Lintas Timur Sumatra yaitu sebagai berikut :

- Membentuk kelompok pengusaha pecel lele untuk memudahkan penyediaan bahan baku dan pemasaran.

- Menjalani kerjasama dalam bentuk kemitraan dengan pedagang untuk memperluas daerah pemasaran pecel lele dalam memanfaatkan peluang pasar.
- Memilih saluran pemasaran yang efisien.

Saran

Dalam upaya terbentuknya kelompok pemasaran usaha pecel lele diperlukan campur tangan pihak-pihak terkait, seperti upaya untuk merintis kelompok pemasaran pecel lele atau koperasi bagi pengusaha pecel lele, serta meningkatkan pengetahuan pemasaran dengan mengadakan penyuluhan dan pelatihan manajemen usaha pecel lele.

Dengan terbentuknya kelompok pemasaran pecel lele diharapkan dapat membantu pengusaha pecel lele dalam memecahkan masalah pemasaran pecel lele dengan langkah-langkah yang lebih menguntungkan. Selanjutnya memanfaatkan peluang pasar secara optimal dengan memperluas daerah yang efektif dan efisien demi terjaminnya harga yang stabil.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahardi, F., Regina, K dan Nazarudin. 1997. Agribisnis Perikanan. Penebar Swadaya, Jakarta. 63 hal.
- Yasin, A.Z. Fachri dan Muchtar. A. 1996. Menguak Ekonomi Pertanian Riau, Usahatani Kecil, Kelembagaan dan Agribisnis. UNRI Press, Pekanbaru

Mubyarto, 2001. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. LP3ES. Jakarta.

Samsudin, U. 1987. *Dasar Dasar Penyuluhan dan Modernisasi Penyuluhan Pertanian*. Bina Cipta. Bandung.