

***BUSINESS COMPETITION STRATEGY PATCHLE STALL
CATFISH AT ALL THE EAST RAILWAY ROADS
DISTRICT OF PANGKALAN KERINCI
REGENCY OF PELALAWAN***

Lupita Widiawati ¹⁾, Henny Indrawati ²⁾, Fenny Trisnawati ³⁾
Email: Lupitawidiawati@yahoo.com¹ pku_henny@yahoo.com² Fenny_tr@yahoo.com³
Hp: 081374322991

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstract: Traders of pecel catfish in Pangkalan Kerinci face limitations in competing with similar food business. On the other hand, the informal sector that is able to reduce unemployment is a small business. One form of small business that many stands is the business of tent pecel catfish. The purpose of this study is to analyze the alternative competitive strategies that should be done on the business of tent pecel catfish tent by using SWOT analysis. The population in this study amounted to 27 business units with a sample of 6 business units. Data obtained through interviews, observation, and list of stuffing (Coessioner). The data were then analyzed by qualitative descriptive technique based on SWOT analysis. The results obtained nine alternative competitive strategy prioritized. The alternative strategies are (1) improving the quality of products sold; (2) developing inter messaging facilities; (3) maintain good cooperative relationships with suppliers to maintain continuity of raw material supply; (4) capital loan to small business actors with low interest rate; (5) offer a variety of new foods to consumers; (6) make better promotions to attract new customers; (7) assistance from the government's business development program; (8) the government facilitates access to capital loans for small businesses; (9) the existence of a program of managerial capability development from the government.

Keywords: Business Competition Strategy, Patchle Stall Catfish, SWOT Analysis.

STRATEGI BERSAING USAHA WARUNG TENDA PECEL LELE DI SEPANJANG JALAN LINTAS TIMUR KECAMATAN PANGKALAN KERINCI KABUPATEN PELALAWAN

Lupita Widiawati ¹⁾, Henny Indrawati ²⁾, Fenny Trisnawati ³⁾
Email: Lupitawidiawati@yahoo.com¹ pku_henny@yahoo.com² Fenny_tr@yahoo.com³
Hp: 081374322991

Program Studi Pendidikan Ekonomi
Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Riau

Abstrak: Pedagang pecel lele di Pangkalan Kerinci menghadapi keterbatasan dalam bersaing dengan usaha makanan sejenis. Di sisi lain, sektor informal yang mampu mengurangi terjadinya pengangguran adalah usaha kecil. Salah satu bentuk usaha kecil yang banyak berdiri adalah usaha warung tenda pecel lele. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis alternatif strategi bersaing yang sebaiknya dilakukan pada usaha warung tenda pecel lele dengan menggunakan analisis SWOT. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 27 unit usaha dengan sampel sebanyak 6 unit usaha. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan daftar isian (Koesioner). Data kemudian dianalisis dengan teknik deskriptif kualitatif berdasarkan analisis SWOT. Hasil penelitian diperoleh sembilan alternatif strategi bersaing yang diprioritaskan. Alternatif strategi tersebut adalah (1) meningkatkan kualitas produk yang dijual; (2) mengembangkan fasilitas pesan antar; (3) mempertahankan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok untuk menjaga kontinuitas pasokan bahan baku; (4) pinjaman modal kepada pelaku usaha kecil dengan bunga ringan; (5) menawarkan variasi makanan baru kepada konsumen; (6) melakukan promosi yang lebih baik lagi untuk menarik konsumen baru; (7) bantuan program pembinaan usaha dari pemerintah; (8) pemerintah mempermudah akses pinjaman modal bagi usaha kecil; (9) adanya program pengembangan kemampuan manajerial dari pemerintah.

Kata Kunci: Strategi Bersaing Usaha, Warung Tenda Pecel Lele, Analisis SWOT.

PENDAHULUAN

Kondisi perekonomian negara yang semakin tidak menentu diakibatkan oleh memburuknya situasi politik negara, juga karena meningkatnya hutang luar negeri serta menurunnya nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing. Menimbulkan berbagai dampak negatif bagi kondisi perekonomian rakyat, diantaranya tingkat inflasi yang tinggi dan meningkatnya jumlah pengangguran dari tahun ke tahun. Nilai tukar mata uang Rupiah (termasuk banyak mata uang negara-negara di Asia) yang semakin melemah dalam beberapa bulan terakhir ini telah memicu banyak kontroversi dan kekhawatiran tidak hanya dalam konteks perekonomian, tetapi juga sudah mulai merambah pada dimensi sosial dan politik. Pergerakan kurs atau nilai tukar suatu mata uang (Rupiah) terhadap mata uang asing (dollar AS) merupakan cerminan dari interaksi dan dinamika permintaan dan penawaran dollar Amerika sebagai akibat dari aktivitas perdagangan internasional dan dinamika investasi asing. Secara teoritis, nilai mata uang asing (dollar AS) akan meningkat karena permintaan uang asing tersebut meningkat sementara penawarannya sedikit. Dengan kata lain, permintaan (*demand*) dollar AS jauh lebih besar dari penawaran (*supply*) dalam pasar uang.

Secara kasat mata, kalau nilai tukar Rupiah terhadap dollar melemah atau kurs dollar yang tinggi, maka akan berdampak negatif terhadap perekonomian terutama kalau sektor produksi atau sektor ril dalam negeri sangat tergantung dengan input dan bahan baku dari luar negeri, sehingga kalau dollar naik maka harga input tersebut menjadi lebih mahal sehingga biaya produksi meningkat yang selanjutnya diikuti dengan harga produk yang semakin meningkat (*cost push inflation*) sehingga daya saing produk kita baik dalam pasar domestik dan luar negeri menjadi tidak kompetitif dan menghadapi masalah dalam pemasaran sehingga perusahaan bisa mengalami kerugian. Pada sisi konsumsi, rakyat yang terbiasa membeli barang dan jasa yang merupakan produk luar negeri (impor) akan menghadapi krisis daya beli karena harganya menjadi jauh lebih mahal, sehingga tingkat konsumsi mereka akan menurun, dan ini berpengaruh terhadap sektor perdagangan akan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian, harga mata uang asing yang tinggi akan melemahkan perekonomian nasional, terutama negara yang masih banyak tergantung pada barang dan jasa luar negeri, seperti Indonesia.

Dampak negatif yang ditimbulkan oleh fenomena melemahnya nilai tukar rupiah yakni meningkatnya jumlah pengangguran dari tahun ke tahun. Hal ini menandakan bahwa peluang untuk mendapatkan pekerjaan yang bersifat formal semakin kecil oleh karena itu dibutuhkan suatu alternatif pekerjaan yang bersifat informal. Munculnya sektor informal merupakan salah satu alternatif kesempatan kerja yang mampu menampung kelebihan tenaga kerja karena umumnya sektor ini tidak begitu membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan dan keterampilan pekerja.

Sektor informal yang terbukti mampu membantu mengurangi terjadinya pengangguran adalah usaha kecil. Usaha kecil mempunyai peranan dalam memperkuat perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha seperti fungsi pemasok, fungsi produksi, fungsi penyalur dan pemasar bagi hasil produk produk industri besar. Usaha kecil berfungsi sebagai transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan maupun ke belakang (*forward and backward linkages*).

Usaha kecil dapat meningkatkan efisiensi ekonomi khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel karena dapat menyerap tenaga kerja lokal, sumber daya lokal dan meningkatkan sumber daya manusia menjadi wirausaha-wirausaha yang tangguh. Usaha kecil juga di pandang sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan pendapatan karena jumlahnya tersebar di perkotaan maupun di pedesaan .

Pangkalan Kerinci merupakan salah satu kota perdagangan dan jasa yang mendukung pengentasan kemiskinan, pengangguran, dan penciptaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat Indonesia. Sejalan dengan kewajiban yang diamanahkan oleh pemerintah terhadap daerah-daerah di Indonesia, maka salah satu cara Kota Pangkalan Kerinci untuk menanggulangi permasalahan tersebut adalah dengan meningkatkan usaha-usaha kecil secara kualitas maupun kuantitas.

Salah satu bentuk usaha kecil yang banyak berdiri adalah usaha warung tenda. Usaha ini banyak didirikan di sepanjang jalan-jalan utama di berbagai kota besar di Indonesia tidak terkecuali di Kota Pangkalan Kerinci yang merupakan Jalan Raya Lintas Sumatra. Warung tenda yang berdiri di sepanjang Jalan Lintas Timur Pangkalan Kerinci terdiri dari berbagai macam jenis usaha. Pada umumnya warung tenda di Kota Pangkalan Kerinci membuka usahanya pada sore hari, dengan begitu banyaknya usaha warung tenda yang berdiri sehingga persaingan terjadi diantara warung tenda itu sendiri.

Persaingan adalah inti dari keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Persaingan menentukan ketepatan aktivitas perusahaan yang dapat menyokong kinerjanya seperti inovasi, budaya perusahaan dan pelaksanaan yang baik. Strategi bersaing bertujuan untuk menegakkan posisi yang menguntungkan dan dapat dipertahankan terhadap kekuatan-kekuatan yang menentukan persaingan dalam industri. Untuk dapat bertahan dalam persaingan yang ketat dalam suatu industri, perusahaan harus membuat suatu strategi usaha yang efektif. Salah satu strategi yang dapat digunakan adalah strategi pemasaran. Perumusan strategi pemasaran yang efektif dirancang dengan memperhatikan kepuasan yang dapat diberikan kepada konsumen. Strategi pemasaran yang dibuat oleh perusahaan harus dapat memosisikan diri berhadapan dengan pesaing agar dapat memperoleh keunggulan bersaing.

Industri makanan adalah salah satu sektor industri yang mengalami persaingan yang sangat kompetitif. Bisnis makanan merupakan salah satu jenis usaha yang dapat bertahan pada masa krisis. Usaha di bidang ini tidak hanya dalam bentuk restoran-restoran besar, tetapi juga dalam bentuk warung tenda. Usaha ini banyak menjamur setelah masa krisis khususnya di kota-kota besar di Indonesia karena banyak orang yang beralih profesi membuka usaha warung tenda setelah terjadi pemutusan hubungan kerja oleh perusahaan-perusahaan. Kota Pangkalan Kerinci sebagai salah satu kota yang mengalami perkembangan yang cukup pesat terhadap perkembangan usaha warung tenda. Jalan Raya Lintas Timur sebagai salah satu jalan utama yang ada menjadi tempat bagi pemilik warung tenda untuk membuka usahanya, mulai dari usaha warung tenda pecel lele, nasi goreng, soto, warung kopi dan lain-lain. Usaha ini baru mulai dioperasikan menjelang sore hari sampai malam hari.

Salah satu usaha kecil di Kota Pangkalan Kerinci yang bergerak dibidang makanan adalah usaha warung tenda pecel lele. Persaingan terjadi tidak hanya diantara warung tenda yang menjual pecel lele sebagai produk utamanya tetapi juga terjadi dengan

warung tenda yang menjual makanan lainnya seperti nasi goreng, soto, masakan sunda, hal ini terjadi dikarenakan mereka menjual produk yang hampir sama.

Tabel 1 Pendapatan Pedagang Usaha Warung Tenda Pecel Lele Menurut Hasil Wawancara Satu Periode (Rp/Bulan).

Hasil Wawancara	Tahun		
	2014	2015	2016
Pecel Lele Lumayan	Rp.7.450.000,00	Rp.5.755.000,00	Rp.3.165.000,00
Pecel Lele Puspaningrum	Rp.6.200.000,00	Rp.6.170.000,00	Rp.4.650.000,00
Pecel Lele Sumber Rejeki	Rp.5.960.000,00	Rp.4.600.000,00	Rp.2.775.000,00
Pecel Lele Dejavu	Rp.5.700.000,00	Rp.3.350.000,00	Rp.2.890.000,00
Pecel Lele Dua Putra	Rp.6.835.000,00	Rp.5.625.000,00	Rp.3.750.000,00
Pecel Lele 888	Rp.6.025.000,00	Rp.4.135.000,00	Rp.3.775.000,00

Sumber: Pedagang Warung Tenda Pecel Lele, 2016.

Pertambahan jumlah pedagang dalam kurun waktu satu tahun terakhir menurut pengamatan sebanyak 3 unit usaha baru warung tenda pecel lele. Pertambahan jumlah pedagang warung tenda pecel lele selama satu tahun terakhir ini menyebabkan persaingan ketat antar pedagang warung tenda pecel lele. Adapun strategi pemasaran yang telah dilakukan para pedagang warung tenda pecel lele, yakni dengan jam operasional usaha yang panjang, menjual beberapa versi sambal sesuai keinginan pembeli, serta pelayanan yang bersifat kekeluargaan. Dengan jumlah konsumen yang relatif tetap untuk diperebutkan menyebabkan warung tenda harus membuat suatu strategi pemasaran yang lebih baik untuk menarik perhatian konsumen mengingat banyaknya orang-orang yang bergerak dalam bisnis ini.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang strategi dalam bersaing pada usaha warung tenda pecel lele di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan dengan judul: **“Strategi Bersaing Usaha Warung Tenda Pecel Lele di Sepanjang Jalan Lintas Timur Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan ”**.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di sepanjang Jalan Lintas Timur Pangkalan Kerinci. Penelitian ini dilaksanakan dari Januari 2017 hingga penelitian ini selesai dilakukan. Populasi penelitian ini adalah pedagang warung tenda pecel lele yang jumlahnya 27 unit usaha/responden sedangkan sampel yang digunakan adalah 6 unit usaha/responden.

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yakni data yang diperoleh langsung melalui teknik wawancara dengan pemilik usaha warung tenda pecel lele, sedangkan data sekunder yang digunakan adalah data pendukung penelitian berupa jumlah pedagang usaha warung tenda pecel lele. Teknik data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling (*Purposive Sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Analisis Matriks IFE dan EFE

1) Analisa Matriks IFE

Hasil identifikasi faktor-faktor internal usaha warung tenda pecel lele dan pemberian bobot serta rating diperoleh hasil analisis yang terdapat pada Tabel 2.

Tabel 2 Faktor Strategis Internal Usaha Warung Tenda Pecel Lele.

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Total
KEKUATAN				
1	Lokasi usaha yang strategis	0.09	3.8	0.32
2	Pelayanan kepada pelanggan yang bersifat kekeluargaan	0.08	3.6	0.28
3	Harga yang bersaing	0.07	3.3	0.21
4	Cita rasa makanan yang sesuai dengan pembeli	0.09	3.1	0.29
5	Jam operasional usaha yang panjang	0.07	3.8	0.26
6	Hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku	0.09	3.8	0.32
7	Banyak variasi makanan yang dijual	0.07	3.3	0.21
KELEMAHAN				
1	Permodalan yang terbatas	0.07	2	0.14
2	Promosi yang kurang maksimal	0.06	2	0.12
3	Sulit mengembangkan usaha	0.08	1.8	0.14
4	Harga bahan baku yang fluktuatif	0.08	1.3	0.14
5	Tempat usaha yang masih kurang nyaman	0.06	1.3	0.08
6	Belum adanya pembinaan dari pemerintah	0.05	1.1	0.05
7	Terbatasnya akses pada lembaga keuangan	0.05	1.3	0.05
TOTAL		1		2.685

Sumber : Olahan data 2017.

Dari hasil analisis diketahui bahwa faktor yang menjadi kekuatan utama usaha adalah lokasi usaha yang strategis dan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku dengan bobot sebesar 0.09 dan rating 3.8 sehingga diperoleh skor 0.342. Adapun faktor lain yang menjadi kekuatan dalam usaha ini pelayanan kepada pelanggan yang bersifat kekeluargaan (skor 0.288), cita rasa makanan yang sesuai dengan pembeli (skor 0.279), jam operasional usaha yang panjang (skor 0.266), harga yang bersaing (skor 0.231) dan banyak variasi makanan yang dijual (skor 0.231).

Kelemahan utama dalam usaha ini adalah sulit mengembangkan usaha dengan bobot sebesar 0.08 dan rating 1.8 sehingga diperoleh skor sebesar 0.144. Faktor-faktor lain yang menjadi kelemahan antara lain harga bahan baku yang fluktuatif (skor 0.104), permodalan yang terbatas (skor 0.14), promosi yang kurang maksimal (skor 0.12), tempat usaha yang masih kurang nyaman (skor 0.078), terbatasnya akses pada lembaga keuangan (skor 0.065) dan belum adanya pembinaan dari pemerintah (0.055). Dari hasil analisis faktor-faktor internal didapat skor sebesar 2.685. Hal ini menunjukkan bahwa usaha warung tenda pecel lele memiliki kemampuan yang tinggi dalam memanfaatkan kekuatan untuk mengatasi kelemahan internal usaha.

2) Analisis Matriks EFE

Tabel 3 Faktor Strategis Eksternal Usaha Warung Tenda Pecel Lele.

No	Faktor Strategis Internal	Bobot	Rating	Total
PELUANG				
1	Pertumbuhan penduduk yang tinggi	0.08	3.1	0.248
2	Pendapatan masyarakat yang sudah bertambah	0.06	2.3	0.138
3	Tingkat kesibukan penduduk yang semakin tinggi	0.08	3.1	0.248
4	Kebiasaan makan diluar pada akhir pekan	0.08	3	0.24
5	Kandungan gizi ikan lele meningkatkan konsumsi masyarakat	0.08	2.5	0.2
6	Pangsa pasar yang masih luas	0.08	2.7	0.216
7	Penerimaan produk oleh semua lapisan masyarakat	0.08	2.7	0.216
ANCAMAN				
1	Menjamurnya usaha makanan sejenis	0.10	4	0.4
2	Bunga pinjaman bank yang tinggi	0.04	1.8	0.072
3	Produk mudah ditiru	0.07	2.3	0.161
4	Kebijakan pemerintah yang belum berpihak pada usaha kecil	0.03	2.2	0.066
5	Persaingan dengan restoran besar	0.08	2.7	0.216
6	Adanya pesaing usaha makanan lain	0.08	3.2	0.256
7	Fluktuasi harga faktor produksi	0.07	1.5	0.105
TOTAL		1		2.782

Sumber : Olahan data 2017.

Dari hasil analisis diketahui bahwa faktor yang menjadi peluang utama pada usaha ini yaitu tingkat kesibukan penduduk yang semakin tinggi dan pertumbuhan penduduk yang tinggi dengan bobot 0.08 dan rating 3.1 sehingga diperoleh skor sebesar 0.248. Selain itu faktor lain yang menjadi peluang bagi usaha warung tenda pecel lele adalah kebiasaan makan diluar pada akhir pekan (skor 0.24), pangsa pasar yang masih luas (skor 0.216), penerimaan produk oleh semua lapisan masyarakat (skor 0.216), kandungan gizi ikan lele meningkatkan konsumsi masyarakat (skor 0.2), dan pendapatan masyarakat yang sudah bertambah (skor 0.138).

Matriks Internal Eksternal

Strategi suatu usaha akan lebih efektif apabila strategi yang diterapkan sesuai dengan posisi dan kondisi usaha. Posisi usaha diketahui dari hasil analisis kuantitatif faktor-faktor strategis internal dan eksternal yang dikombinasikan.

Hasil analisis yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE adalah menyusun sebuah matriks yang dinamakan matriks IE (Internal-Eksternal) yang menggambarkan posisi persaingan suatu usaha saat ini, sehingga dapat mempermudah usaha tersebut dalam melakukan pemilihan strategi.

Penentuan posisi strategi bersaing pada matriks IE didasarkan pada hasil total skor pada matriks IFE dan EFE. Total skor IFE yang diperoleh sebesar 2.685 dan skor EFE sebesar 2.782. Masing-masing total skor pada matriks IFE dan EFE dipetakan dalam matriks IE, sehingga menempatkan usaha warung tenda pecel lele pada posisi sel V dengan koordinat (2.685 ; 2.782).

Posisi ini menunjukkan posisi internal usaha warung tenda pecel lele yang lebih lemah dari posisi eksternalnya yang cukup kuat. Pada sel ini usaha warung tenda pecel lele berada dalam tahap/posisi pertahankan dan pelihara (*hold and maintain*).

Strategi yang paling baik diterapkan usaha warung tenda pecel lele pada posisi sel V ini adalah strategi intensif dan strategi integratif. Strategi intensif meliputi strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar, dan pengembangan produk sedangkan strategi integratif meliputi strategi integrasi ke depan, integrasi ke belakang dan integrasi horizontal.

Strategi penetrasi pasar dapat dilakukan dengan cara meningkatkan pangsa pasar untuk produk dengan memperluas wilayah pemasaran yang sudah ada dengan pemasaran yang lebih intensif, maksimal atau lebih gencar dengan tetap mempertahankan pasar yang sudah ada.

Analisis Matriks SWOT

Berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal yang telah dilakukan, maka dibangunlah sebuah matriks SWOT yang mengembangkan empat alternatif strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Hasil analisis matriks SWOT pada usaha warung tenda pecel lele dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4 Matriks SWOT Usaha Warung Tenda Pecel Lele

<p>IFE</p> <p>EFE</p>	<p>Strength (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi usaha yang strategis 2. Pelayanan kepada pelanggan yang bersifat kekeluargaan 3. Harga yang bersaing 4. Cita rasa makanan yang sesuai dengan pembeli 5. Jam operasional usaha yang Panjang 6. Hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan 7. Banyak variasi makanan yang dijual 	<p>Weakness (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Permodalan yang terbatas 2. Promosi yang kurang maksimal 3. Sulit mengembangkan usaha 4. Harga bahan baku yang fluktuatif 5. Tempat usaha yang masih kurang Nyaman 6. Belum adanya pembinaan dari Pemerintah 7. Terbatasnya akses pada lembaga Keuangan
<p>Opportunities (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pertumbuhan penduduk yang tinggi 2. Pendapatan masyarakat yang sudah bertambah 3. Tingkat kesibukan masyarakat yang semakin tinggi 4. Kebiasaan makan diluar pada akhir pekan 5. Kandungan gizi ikan lele meningkatkan konsumsi masyarakat 6. Pangsa pasar yang masih luas 7. Penerimaan produk oleh semua lapisan masyarakat 	<p>S-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan kualitas produk yang dijual (S4, S7, O2, O4) 2. Mengembangkan fasilitas pesan antar (S1, S5, O2, O3, O7) 	<p>W-O</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan promosi yang lebih baik lagi untuk menarik konsumen baru (W2, O1,O2, O4) 2. Bantuan program pembinaan usaha dari pemerintah (W1, W4, W6, W7,O6,O7)
<p>Threats (T)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjamurnya usaha makanan sejenis 2. Bunga pinjaman bank yang tinggi 3. Produk mudah ditiru 4. Kebijakan pemerintah yang belum berpihak pada usah kecil 5. Persaingan dengan restoran besar 6. Adanya pesaing usaha makanan Lain 7. Fluktuasi harga faktor produksi 	<p>S-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok untuk menjaga kontinuitas pasukan bahan baku (S3, S6, T1, T5,T6) 2. Pinjaman modal kepada pelaku usaha kecil dengan bunga ringan (S3,T2, T4, T7) 3. Menawarkan variasi makanan baru kepada konsumen (S4, S7, T1, T5, T6) 	<p>W-T</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemerintah mempermudah akses pinjaman modal bagi usaha kecil (W1, W4, W7,T2, T4, T7) 2. Adanya program pengembangan kemampuan manajerial dari pemerintah (W3, W6, T1, T5, T6)

Sumber : Olahan data 2017.

Diagram SWOT

Diagram SWOT digunakan untuk mencari posisi perusahaan yang ditunjukkan oleh titik (x,y), sehingga didapatkan alternatif strategi utama yang dapat diterapkan pada usaha warung tenda pecel lele Pangkalan Kerinci. Untuk mengetahui posisi strategi yang akan digunakan, perlu ditentukan titik koordinat bagi masing-masing sumbu. Koordinat (x) diperoleh dengan mencari selisih antara kekuatan dan kelemahan, selanjutnya untuk mengetahui koordinat sumbu (y) juga diperoleh dengan mencari selisih antara peluang dan ancaman.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis matriks SWOT pada usaha warung tenda pecel lele, diperoleh sembilan alternatif strategi yang dihasilkan dari dua strategi S-O, tiga strategi S-T, dua strategi W-O dan dua strategi W-T.

1) Strategi S-O

Strategi S-O atau strategi kekuatan-peluang merupakan strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang eksternal. Berdasarkan kekuatan yang dimiliki usaha warung tenda pecel lele dan kemampuan untuk meraih peluang dapat dirumuskan strategi sebagai berikut :

a. Meningkatkan kualitas produk yang dijual

Alternatif ini didasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh usaha, yaitu cita rasa makanan yang sesuai dengan pembeli, banyaknya variasi makanan yang dijual. Ditambah dengan peluang yang dapat dimanfaatkan usaha yaitu pendapatan masyarakat yang sudah bertambah dan berkembangnya kebiasaan makan diluar rumah pada akhir pekan. Meningkatkan kualitas produk yang dijual harus dilakukan mengingat akan persaingan yang tinggi dengan adanya peluang-peluang diatas karena akan banyak orang-orang yang beralih pada bisnis ini sehingga peningkatan kualitas produk diharapkan akan membuat posisi bersaing usaha menjadi semakin baik.

b. Mengembangkan fasilitas pesan antar

Dengan adanya peluang pendapatan masyarakat yang sudah meningkat, tingkat kesibukan penduduk perkotaan yang semakin tinggi dan penerimaan produk oleh semua lapisan masyarakat. Strategi ini didukung oleh kekuatan berupa lokasi usaha yang strategis, jam operasional usaha yang panjang. Strategi pengembangkan fasilitas pesan antar dirumuskan karena melihat tingkat kesibukan masyarakat yang semakin tinggi dan berkurangnya waktu dalam mempersiapkan makanan sehingga diharapkan warung tenda dapat menangkap peluang ini dengan menggunakan fasilitas telepon genggam.

2) Strategi S-T

Strategi S-T atau strategi kekuatan-ancaman adalah strategi yang menggunakan kekuatan internal untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal yang dihadapi usaha. Adapun strategi kekuatan-ancaman usaha warung tenda pecel lele yaitu :

- a. Mempertahankan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok untuk menjaga kontinuitas pasokan bahan baku

Alternatif ini didasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh usaha, yaitu harga yang bersaing, hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku . untuk menghindari atau mengurangi ancaman seperti menjamurnya usaha makanan sejenis, persaingan dengan restoran besar, dan adanya pesaing usaha makanan lain. Kerjasama yang baik dengan pemasok dapat membantu pemilik warung tenda dalam menjaga kualitas bahan baku yang digunakan dalam kegiatan usaha dan juga mengantisipasi kebutuhan bahan baku saat permintaan konsumen meningkat. Kerjasama ini akan membantu pemilik warung tenda dalam mengurangi resiko rusaknya bahan baku dalam jumlah besar.

- b. Pinjaman modal kepada pelaku usaha kecil dengan bunga ringan

Alternatif ini didasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh usaha, yaitu harga yang bersaing. untuk menghindari atau mengurangi ancaman seperti bunga pinjaman bank yang tinggi, kebijakan pemerintah yang belum berpihak pada usaha kecil, dan fluktuasi harga faktor produksi. Permodalan adalah salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha kecil, seperti terbatasnya informasi maupun pengetahuan dalam mendapatkan modal usaha. Tingkat bunga pinjaman dan jaminan adalah salah satu penyebab sulitnya mendapatkan akses modal pada lembaga keuangan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini adalah dengan menawarkan suatu kredit khusus bagi usaha kecil dengan bunga yang rendah dan bantuan dalam mengelola modal tersebut agar dapat digunakan secara baik.

- c. Menawarkan variasi makanan baru kepada konsumen

Alternatif ini didasarkan pada kekuatan yang dimiliki oleh usaha, yaitu cita rasa makanan yang sesuai dengan pembeli dan banyak variasi makanan yang dijual. untuk menghindari atau mengurangi ancaman seperti menjamurnya usaha makanan sejenis, persaingan dengan restoran besar, dan adanya pesaing usaha makanan lain. Variasi menu makanan baru yang ditawarkan kepada konsumen akan menarik konsumen terus mengunjungi warung tenda pecel lele. Persaingan yang tinggi dalam usaha makanan menyebabkan konsumen memiliki banyak alternatif dalam memenuhi kebutuhannya terhadap makanan dan tempat makan.

3) Strategi W-O

Strategi W-O atau strategi kelemahan-peluang merupakan strategi yang bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal yang ada. Alternatif strategi yang didapat adalah sebagai berikut :

- a. Melakukan promosi yang lebih baik lagi untuk menarik konsumen baru

Alternatif ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan yang dimiliki oleh usaha, yaitu promosi yang kurang maksimal. Dengan memanfaatkan peluang seperti pertumbuhan penduduk yang tinggi, pendapatan masyarakat yang sudah bertambah, dan berkembangnya kebiasaan makan diluar rumah pada akhir pekan. Jadi, Alternatif strategi ini dilakukan untuk menjangkau konsumen baru serta memperkenalkan usaha lebih luas lagi kepada calon-calon konsumen baru. Promosi dapat dilakukan dengan

membuat selebaran selebaran yang diberikan kepada konsumen di tempat-tempat keramaian.

b) Bantuan program pembinaan usaha dari pemerintah

Alternatif ini digunakan untuk memperbaiki kelemahan yang dimiliki oleh usaha, yaitu harga bahan baku yang fluktuatif, belum adanya pembinaan dari pemerintah, dan terbatasnya akses pada lembaga keuangan. Dengan memanfaatkan peluang seperti pangsa pasar yang masih luas, dan penerimaan produk oleh semua lapisan masyarakat. Program pembinaan usaha dari pemerintah dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan-pelatihan usaha kepada pemilik warung tenda agar dapat menjalankan usaha dengan lebih baik lagi. Program pelatihan yang dapat disarankan adalah pelatihan dalam mengelola keuangan, teknik produksi usaha dan pemasaran.

4) Strategi W-T

Strategi W-T atau strategi kelemahan-ancaman adalah strategi yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal dan menghindari ancaman eksternal. Dari kelemahan dan ancaman yang dihadapi usaha warung tenda pecel lele dapat dirumuskan alternatif strategi sebagai berikut :

a. Pemerintah mempermudah akses pinjaman modal bagi usaha kecil

Kemudahan dalam pinjaman modal diharapkan dapat membantu pemilik usaha warung tenda pecel lele dalam mengatasi masalah permodalan usaha. Pinjaman modal ini dapat berasal dari bank-bank pemerintah maupun lembaga-lembaga keuangan lainnya seperti koperasi.

b. Adanya program pengembangan kemampuan manajerial dari pemerintah

Persaingan yang tinggi dalam usaha makanan juga harus diimbangi dengan kemampuan yang baik dalam usaha. Usaha makanan tidak hanya usaha yang menjual makanan. Tetapi, usaha ini dituntut untuk mengetahui bagaimana cara mengelola keuangan yang baik dan benar agar memperoleh laba usaha yang maksimal.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Simpulan

1. Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal usaha warung tenda pecel lele maka faktor-faktor internal yang merupakan kekuatan dan kelemahan bagi usaha warung tenda pecel lele yaitu:

Kekuatan :

- a. Lokasi usaha yang strategis
- b. Pelayanan kepada pelanggan yang bersifat kekeluargaan
- c. Harga yang bersaing
- d. Cita rasa makanan yang sesuai dengan selera pembeli
- e. Jam operasional usaha yang panjang

- f. Hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku
- g. Banyak variasi makanan yang dijual

Kelemahan :

- a. Sumberdaya keuangan yang masih terbatas
- b. Promosi yang kurang maksimal
- c. Sulit mengembangkan usaha
- d. Harga bahan baku yang fluktuatif
- e. Tempat usaha yang masih kurang nyaman
- f. Belum adanya pembinaan dari pemerintah
- g. Terbatasnya akses pada lembaga keuangan

2. Berdasarkan hasil analisis lingkungan eksternal usaha warung tenda pecel lele maka faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi usaha warung tenda pecel lele yaitu:

Peluang :

- a. Pertumbuhan penduduk yang tinggi
- b. Pendapatan masyarakat sudah bertambah
- c. Tingkat kesibukan masyarakat yang semakin tinggi
- d. Kebiasaan makan diluar pada akhir pekan
- e. Kandungan gizi ikan lele meningkatkan konsumsi masyarakat
- f. Pangsa pasar yang masih luas
- g. Penerimaan produk oleh semua lapisan masyarakat

Ancaman :

- a. Menjamurnya usaha makanan sejenis
- b. Bunga pinjaman bank yang tinggi
- c. Produk mudah ditiru
- d. Kebijakan pemerintah yang belum berpihak pada usaha kecil
- e. Persaingan dengan restoran besar
- f. Adanya pesaing usaha makanan lain
- g. Fluktuasi harga faktor produksi

3. Strategi bersaing yang dapat diterapkan usaha warung tenda pecel lele di sepanjang jalan lintas timur Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan adalah dengan sembilan strategi bersaing, yaitu :
- a. Meningkatkan kualitas produk yang dijual
 - b. Mengembangkan fasilitas pesan antar
 - c. Mempertahankan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok untuk menjaga kontinuitas pasokan bahan baku
 - d. Pinjaman modal kepada pelaku usaha kecil dengan bunga ringan
 - e. Menawarkan variasi makanan baru kepada konsumen
 - f. Melakukan promosi yang lebih baik lagi untuk menarik konsumen baru

- g. Bantuan program pembinaan usaha dari pemerintah
- h. Pemerintah mempermudah akses pinjaman modal bagi usaha kecil
- i. Adanya program pengembangan kemampuan manajerial dari pemerintah

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Kelemahan internal utama yang terdapat pada usaha warung tenda pecel lele yaitu sulit mengembangkan usaha. Sehingga perbaikan internal yang harus dilakukan agar dapat terus bersaing dalam bisnis makanan siap santap ini adalah:
 - a. Melakukan promosi yang lebih baik lagi untuk menarik konsumen baru sehingga meningkatkan pendapatan dan dapat mengembangkan usaha. Dengan cara membuat brosur, promosi usaha melalui siaran radio, menyediakan layanan Wifi gratis dan membuat spanduk brupa penamaan yang unik, dan dengan menu-menu yang unik dan baru.
 - b. Meningkatkan kualitas produk maupun sumber daya manusianya melalui pelatihan langsung oleh pemilik usaha. Meningkatkan kualitas produk dengan cara menjaga hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok bahan baku untuk menjaga kualitas produk. Meningkatkan kualitas sumber daya manusianya dengan cara pelatihan langsung dari pemilik usaha bagi karyawannya seperti tinggal dan bekerjasama dalam mengolah bahan baku menjadi hidangan siap santap.
 - c. Diharapkan agar pemerintah mempermudah akses pinjaman modal dengan bunga yang ringan bagi usaha kecil sehingga pedagang usaha warung tenda pecel lele dapat mengembangkan usahanya.
2. Pada usaha warung tenda pecel lele terdapat ancaman eksternal utama yakni menjamurnya usaha makanan sejenis. Sehingga perbaikan eksternal yang dapat dilakukan untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal adalah:
 - a. Mengembangkan fasilitas pesan antar, sehingga konsumen lebih tertarik untuk memesan. Dengan cara mencantumkan nomor telvon pada brosur promosi yang di sebarkan ke masyarakat luas.
 - b. Menawarkan variasi makanan baru kepada konsumen. Dengan cara menyediakan menu-menu baru, seperti ikan lele yang digoreng dengan tepung krispi yang sudah diberi rempah, atau menyediakan sambal dengan berbagai level mulai dari yang pedas hingga yang tidak pedas.
 - c. Mempertahankan hubungan kerjasama yang baik dengan pemasok untuk menjaga kualitas bahan baku yang akan diolah. Dengan cara tetap mempertahankan pemasok bahan baku untuk menyediakan bahan yang akan diolah khususnya bahan bahu yang yang berasal dari alam seperti ikan lele, lalapan, cabai dan bahan-bahan lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Berkah Fitriadi. 2009. *Strategi Brsaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jurnal. Malang.
- Dian, Anggraini. 2006. *Analisis Pendapatan dan Strategi Pemasaran Usaha Warung Tenda Pecel Lele di Sepanjang Jalan Pajajaran Bogor*. Skripsi. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor. Bogor.
- Rangkuti F. 2006. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadapi Abad 21*. Gramedia Pusaka Utama. Jakarta.
- Rianto Adi. 2010. *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*. Granit. Jakarta.
- Sri Rahmi Azhari. 2016. *Strategi Pengembangan Usaha Gula Aren di Desa Rambah Tengah Barat Kecamatan Rambah Kabupaten Rohul*. Skripsi. Fakultas FKIP. Universitas Riau. Pekanbaru.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, cv. Bandung.