

ANALISIS ORIENTASI PASAR TERHADAP PEMASARAN UMKM LONTONG KHAS MEDAN DI JALAN SEMBILANG RUMPAIL PEKANBARU

Verawanty Br Simarmata¹, Yulistia Prabawati², Fani Cahya Damai Zebua³, Afrido Willy Haryanto⁴, Faizah Kamilah⁵

faizahkamilah@unilak.ac.id¹, faizahkamilah@unilak.ac.id², faizahkamilah@unilak.ac.id³,
faizahkamilah@unilak.ac.id⁴, faizahkamilah@unilak.ac.id⁵

Universitas Lancang kuning

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) typical Medan lontong on Jalan Sembilang Rumpail Pekanbaru have an important role in the local economy. The marketing success of MSMEs is greatly influenced by the implementation of appropriate market orientation. This research aims to analyze the extent of the influence of market orientation on the marketing performance of Medan typical lontong MSMEs in that location. The research method used is quantitative with a descriptive approach. The population in this study were all typical Medan lontong MSMEs on Jalan Sembilang Rumpail Pekanbaru, while the samples were taken using a purposive sampling technique. Data collection was carried out through distributing questionnaires to owners or managers of MSMEs. Data analysis was carried out using simple linear regression analysis to test the research hypothesis. The research results show that there is a significant influence between market orientation on the marketing performance of Medan typical lontong MSMEs on Jalan Sembilang Rumpail Pekanbaru. This means that the higher the level of market orientation applied, the better the marketing performance of MSMEs will be. The implication of this research is that it is important for Medan typical lontong MSMEs to continue to improve their market orientation so that they can compete and survive in an increasingly competitive market.

Keywords: Market Orientation, Msmes, Typical Medan Lontong, Marketing Performance.

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan perekonomian lokal. Salah satu jenis UMKM yang berkembang pesat adalah usaha kuliner, yang sering kali dipengaruhi oleh dinamika pasar, baik itu orientasi pasar lokal maupun ekspansi ke pasar yang lebih luas. Lontong khas Medan, sebagai salah satu makanan tradisional yang memiliki cita rasa khas, telah menjadi pilihan banyak konsumen di berbagai daerah, termasuk di Rumbai, Pekanbaru.

Dalam konteks ini, analisis pengaruh orientasi pasar terhadap pemasaran UMKM Lontong Khas Medan di Jalan Sembilang, Rumbai, Pekanbaru, menjadi sangat penting untuk memahami bagaimana strategi pemasaran yang tepat dapat mempengaruhi daya saing dan pertumbuhan usaha tersebut. Orientasi pasar merujuk pada sejauh mana sebuah usaha memahami kebutuhan dan keinginan pasar, serta menyesuaikan produk dan strategi pemasarannya untuk memenuhi harapan konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana orientasi pasar mempengaruhi pemasaran Lontong Khas Medan, baik dalam hal promosi, penentuan harga, distribusi, dan pelayanan. Dengan memahami pengaruh tersebut, diharapkan dapat ditemukan solusi yang tepat untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan keberlanjutan usaha UMKM di Rumbai, Pekanbaru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian kausal. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel

independen, yaitu orientasi pasar, yang terdiri dari orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan koordinasi antar-fungsi, terhadap variabel dependen, yaitu pemasaran UMKM.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang menjual Lontong Khas Medan di Jalan Sembilang, Rumbai, Pekanbaru. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling dengan kriteria UMKM yang telah beroperasi minimal 1 tahun dan aktif melakukan kegiatan pemasaran. Ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin untuk mendapatkan sampel yang representatif.

Untuk menganalisis data, digunakan analisis statistik meliputi uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, serta analisis regresi linier berganda. Uji validitas dan reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian memiliki konsistensi dan mampu mengukur variabel secara akurat. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing dimensi orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran UMKM.

Hasil analisis ini diharapkan dapat menunjukkan pengaruh signifikan dari orientasi pasar terhadap pemasaran UMKM serta mengidentifikasi variabel yang paling dominan dalam meningkatkan kinerja pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha

Lokasi Penelitian

UMKM Lontong khas medan ini terletak di JL.Sembilang No.11 Lembah Sari,Kec.Rumbai Pesisir,Kota Pekanbaru,Riau 28266.UMKM ini sudah berdiri selama 1 tahun dan UMKM ini sudah memberikan kepuasan terhadap pelanggan yang menikmatinya

Sejarah Bisnis

Siti Hardiyanti mendirikan usaha UMKM lontong Khas Medan ini sekitar awal Tahun 2024 dan sudah memiliki banyak pelanggan tetap.Usaha ini memiliki rasa otentik dan lezat serta menggunakan bahan bahan yang segar dan berkualitas tinggi,harga makanan yang merakyat dan pelayanan yang baik akan membuat pelanggan rasa nyaman dan ingin kembali lagi

Profil Bisnis

Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan ibu Sity Hardiyanti,tujuan utama Ia mendirikan usaha ini adalah untuk mengisi waktu kosong an menambah penghasilan keluarga. lontong Medan cenderung stabil dan bahkan terus meningkat, baik untuk konsumsi sehari-hari maupun untuk acara-acara khusus.Pasar lontong Medan tidak hanya terbatas di daerah asalnya, tetapi juga memiliki potensi untuk dikembangkan ke daerah lain di Indonesia, bahkan mancanegara.

Deskripsi Data

Sejak kapan usaha UMKM lontong khas Medan ini berdiri?	Usaha UMKM ini berdiri sejak awal tahun 2024.
Apa saja menu utama yang di tawarkan?	UMKM ini menyediakan lontong khas Medan, nasi uduk, soto Medan, lupis dan juga aneka gorengan serta berbagai macam minuman.

Siapa target utama usaha ini?	Masyarakat dari berbagai kalangan dan usia.
Berapa jumlah karyawan yang berkerja?	Usaha ini hanya memiliki 1 karyawan.
Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan?	Menggunakan media digital seperti WhatsApp dan Facebook.
Apakah lokasi usaha ini strategis?	Usaha ini berlokasi dipinggir JL.Sembilang No.11 Lembah Sari, Kec.Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru, Riau 28266.
Berapa rata-rata kunjungan pelanggan per bulan?	Rata-rata 100-120 pelanggan per bulan.

Hasil Penelitian

Aspek Pemasaran

Usaha UMKM Lontong Khas Medan ini menawarkan variasi lontong sesuai preferensi pelanggan misalnya tingkat kepedasan, tambahan lauk, dan porsi. Menentukan harga berdasarkan nilai yang dirasakan pelanggan bukan hanya biaya produksi. Memperluas jangkauan distribusi, baik melalui penjualan langsung atau platform online seperti media sosial.

Bauran Pemasaran

A. Produk (Menu)

UMKM ini menyediakan lontong khas medan, nasi uduk, soto medan, lupis, dan juga aneka gorengan serta berbagai macam minuman.

A. Harga

Harga ditentukan berdasarkan biaya bahan baku dan segmentasi pasar dengan menyesuaikan kemampuan masyarakat disekitarnya

B. Tempat

Berlokasi di JL.Sembilang No.11 Lembah Sari, Kec.Rumbai Pesisir, Kota Pekanbaru, Riau 28266. Area ini strategis dan memudahkan akses bagi para pembeli

C. Promosi

Ibu Siti Hardiyanti menggunakan media digital seperti whatsapp dan facebook untuk mempromosikan usahanya

Pembahasan

Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya untuk kuliner seperti Lontong Khas Medan di Pekanbaru melibatkan berbagai strategi yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Berikut adalah beberapa aspek penting dalam pemasaran Lontong Khas Medan. Segmentasi pasar untuk Lontong Khas Medan dapat dilakukan berdasarkan Geografis yaitu Fokus pada konsumen di Pekanbaru yang memiliki latar belakang atau ketertarikan terhadap kuliner Sumatera. Menargetkan usia, pendapatan, dan preferensi makanan dari konsumen serta Psikografis yang dapat mengidentifikasi konsumen yang merindukan rasa otentik dari Medan dan penggemar kuliner tradisional Lontong Khas Medan diposisikan sebagai makanan otentik dengan kualitas tinggi Lontong Medan terbuat dari beras yang dibungkus dalam daun pisang dan dikukus hingga matang. Setelah itu, lontong dipotong-potong dan disajikan dengan

berbagai sayuran serta kuah yang kaya rempah. Beberapa bahan utama yang sering digunakan dalam kuah lontong Medan meliputi:

Sayuran: Labu siam, buncis, wortel, dan tauge.

Bumbu: Bawang putih, kemiri, ketumbar, dan rempah-rempah lainnya.

Santan: Menambah kekentalan dan rasa gurih pada kuah.

Salah satu ciri khas dari lontong Medan adalah penggunaan tauco, yaitu sambal khas yang terbuat dari campuran cabe hijau, bawang, udang kering, dan tauco yang dimasak hingga kental. Kombinasi antara lontong, kuah sayur yang gurih, dan sambal tauco menciptakan harmoni rasa yang sangat menggugah selera

Dengan keunikan rasa dan variasi bahan pelekongnya, Lontong Medan tidak hanya menjadi favorit di kalangan penduduk lokal tetapi juga menarik perhatian pengunjung dari luar daerah.

KESIMPULAN

Pemasaran UMKM lontong khas Medan di Jalan Sembilang Rumbai Pekanbaru membutuhkan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan. Dengan menggabungkan branding yang kuat, pemasaran digital, kerjasama dengan platform delivery, event dan promosi, kemasan yang menarik, serta fokus pada kualitas produk, UMKM ini dapat tumbuh dan berkembang serta menjadi salah satu ikon kuliner Pekanbaru.

Evaluasi secara berkala terhadap strategi pemasaran sangat penting untuk menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan preferensi konsumen. Penggunaan data analitik dari platform digital dapat membantu dalam memahami perilaku konsumen dan efektivitas kampanye pemasaran. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang komprehensif ini, UMKM Lontong Khas Medan di Jalan Sembilang Rumbai Pekanbaru dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha mereka dalam industri kuliner yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A., Lumas, A. O., Krisdayana, C., & Yulia, D. (tahun). Pengaruh Strategi Produk terhadap Daya Saing Produk Aqua di Kabupaten Karawang. Vol 3 No 2. ISSN: 2541-6995, E-ISSN: 2580-5517.
- Fitriani, R., & Nugraha, A. T. (2024). Analisis Pengaruh Material Kemasan, Tampilan Kemasan, Bentuk Kemasan, dan Informasi pada Kemasan terhadap Minat Beli Makanan Khas Lampung Keripik Pisang. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 12(1), 33-40.
- Nasir, A. (2017). The Influence of Product Innovation Toward Marketing Performance at Furniture Companies in Pasuruan Regency. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 5 No. 1.
- Candra, M(2024) Mengulik kuliner Nusantara lontong khas Medan. <https://radarmalioboro.jawapos.com/kuliner/2224984228/mengulik-kuliner-nusantara-lontong-medan>.