

Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Kue Bika Bakar Sebagai Kearifan Lokal Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Kecamatan Panyabungan Selatan

Nur Hakiki¹ Rosdiana²

Universitas Negeri Medan, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia^{1,2}

Email: kiki21happy@gmail.com¹

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengusaha kue bika bakar sebagai kearifan lokal dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Panyabungan Selatan. Jenis penelitian yang digunakanyaitu penelitian deskriptif kualitatif. Subjek pada penelitian ini yaitu 2 orang pengusaha kue bika bakar yang berada di Kecamatan Panyabungan Selatan. Teknik pengumpulan data yang diperunakan yaitu observasi, wawancara dan Teknik analisis data yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Keabsahan penelitian meliputi triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan: *Product* yang ditawarkan bermutu atau memiliki kualitas yang bagus dan proses memasak kue bika bakar menggunakan sabut kelapa ataupun arang dengan bahan yang berkualitas. *Price* (harga), Penjual menerapkan harga yang ekonomis sehingga banyak konsumen yang membeli kue bika bakar dan memberikan potongan harga apabila membeli kue bika bakar lebih dari 2 pcs. *Place* (Lokasi), Lokasi penjualan kue bika bakar yang banyak dikunjungi wisatawan, dekat dengan pusat kota, mudah diakses konsumen dan dilalui oleh transportasi. *Promotion* (Promosi), bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kue bika bakar dengan pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan penjualan. Kemudian promosi melalui orang lain atau dari teman keteman, mengikuti event kuliner festival fashion yang diadakan di desa Kayu Laut untuk mempromosikan kue bika bakar. Maka dari 4 strategi ini yang paling berkontribusi yaitu promosi dan lokasi sedangkan produk dan harga memiliki kontribusi yang lebih kecil. Walaupun begitu pendapatan keluarga pengusaha kue bika bakar meningkat.

Kata Kunci: Strategi, Kearifan Lokal, Pendapatan Keluarga

Abstract

Wisdom in increasing family income. This research was carried out in South Panyabungan District. The type of research used is qualitative descriptive research. The subjects in this study are 2 bika bakar cake entrepreneurs in South Panyabungan District. The data collection techniques used are observation, interviews and data analysis techniques, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawn. The validity of the research includes source triangulation and technique triangulation. The results of the study showed several findings: The products offered are of good quality or have good quality and the process of cooking baked bika cakes using coconut fiber or charcoal with quality ingredients. Price, The seller applies an economical price so that many consumers buy baked bika cakes and give discounts if they buy more than 2 pcs of baked bika cakes. Place, A location for selling baked bika cakes that is visited by many tourists, close to the city center, easily accessible to consumers and passed by transprotasi. Promotion, a form of marketing strategy carried out by baked bika cake entrepreneurs by using social media to expand sales reach. Then promotion through other people or from friends, participating in the culinary evant of the fashion festival held in Kayu Laut village to promote baked bika cakes. So of these 4 strategies, the most contributing, namely promotion and location, while products and prices have a smaller contribution. Even so, the income of the family of the baked bika cake entrepreneur has increased.

Keywords: Strategy, Local Wisdom, Family Income.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara yang memiliki sumber daya alam yang sangat besar. Selain itu memiliki beragam agama, suku, etnis dan kuliner. Bagi Indonesia, kuliner akan menjadi sumber kekayaan yang unik dan tidak dimiliki oleh bangsa lain. Di Indonesia, setiap suku memiliki identitasnya masing-masing dengan jenis makanan yang berbeda-beda, beberapa diantaranya diolah dari beras, ubi, dan jagung. Indonesia juga dikenal dengan beragam suku, bahasa, adat istiadat dan makanan tradisionalnya. Indonesia dianggap sebagai sebuah negara yang menawarkan potensi ekonomi yang dapat menjadi kebanggaan bagi seluruh bangsa, maupun mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional melalui kekayaan warisan kuliner tradisional yang beragam. Oleh sebab itu, inovasi sangat diharapkan terhadap salah satu sektornya yaitu sektor kuliner. Wisata kuliner merupakan salah satu ciri budaya lokal yang juga dapat menjadi kegiatan pariwisata sesuai dengan UUD RI No 10 Tahun 2009 Pasal 14 ayat 1 tentang usaha pariwisata. Fajri 2018 berpendapat bahwa wisata kuliner dapat dikatakan muncul dari minat wisatawan yang ingin merasakan pengalaman berwisata, selain keindahan alamnya, juga hidangan tradisional atau kuliner yang disajikan. Wisata kuliner sebagai industri pariwisata yang berkaitan dengan penyediaan makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang pesat. Memang trend berwisata saat ini adalah pergi ke suatu kawasan wisata tertentu untuk mencari atau berburu kuliner khas daerah tersebut.

Tumbuhnya industri pariwisata dapat membuka peluang untuk mengembangkan produk pariwisata termasuk makanan lezat di wilayah Mandailing Natal. Tingginya perkembangan industri pariwisata membawa peluang besar bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata khususnya wisata kuliner yang saat ini jumlahnya sangat terbatas. Setiap pengusaha terutama tergolong dalam kelompok pelaku bisnis makanan tradisional, perlu melakukan perbaikan diri dengan merencanakan strategi dan mengembangkan manajemen usaha yang tangguh untuk menggali setiap perubahan atau potensi di pasar dalam situasi persaingan pertumbuhan ekonomi dan transformasi lingkungan yang begitu cepat pada masa sekarang. Bika atau singgang merupakan makanan tradisional yang terbuat dari tepung beras yang dicampurkan dengan parutan kelapa dan gula merah. Keunikan yang terdapat pada kue bika bakar ini terdapat pada proses dalam memasaknya yang masih tradisional dan menggunakan sabut kelapa. Maka kue bika bertahan hingga lima hari dan tidak basi. Kemudian penggunaan air kelapa pada kue bika bakar bertujuan agar kue bika lebih mengembang dan di diamkan selama satu malam. Bika bakar yang tidak mengembang sempurna akan kelihatan kurang menarik dan rasanya juga berkurang. Sampai saat ini reputasi dan pengakuan kuliner kue bika bakar di kabupaten Mandailing Natal, Kecamatan Panyabungan Selatan masih belum dikenal di dalam Nasional maupun Internasional dan masih ada beberapa hal yang menghambat kuliner panyabungan selatan. Keterbatasan pengetahuan masyarakat dalam mengetahui produk kuliner panyabungan selatan, khususnya kue bika bakar. Dilihat dari kondisi pedagang kecil kue bika bakar banyak kendala dalam memenuhi kebutuhan kue yang bisa diperkenalkan ke seluruh wilayah nusantara bahkan dunia. Hal ini tentunya dipengaruhi oleh budaya masyarakat yang masih minim pengetahuan mengenai penggunaan metode penyajian kue bika bakar.

Sebagaimana telah disampaikan bahwa salah satu penyebab kue bika bakar kayulaut tidak lagi diminati masyarakat dikarenakan pedagang bersaing dengan pengrajin-pengrajin makanan, jajanan modern yang sangat banyak di promosikan dan bahkan di pasarkan melalui media social dan E-commerce. Selanjutnya, belum ada terdapat logo pada kue bika bakar baik itu logo halalnya. Sehingga kemajuan informasi maupun pelaksanaannya bersifat mekanis untuk itu kondisi ini memerlukan banyak sekali perubahan dan penataan, baik dalam bentuk kemasan dan pemasaran serta peningkatan kreativitas dalam menciptakan produk kue bika bakar

sehingga kue bika bakar Mandailing lebih dikenal khalayak luas. Di sisi lain, pengemasan kuliner lokal sebagai salah satu elemen produk pariwisata berpotensi untuk mendorong kebangkitan berbagai bentuk kuliner, sehingga lebih dikenal tidak hanya oleh masyarakat lokal namun juga oleh wisatawan lokal bahkan internasional. Kemudian dengan adanya arus globalisasi dan modernisasi yang dapat membawa pola perubahan konsumsi masyarakat dan mengancam kearifan lokal dalam pembuatan kue bika bakar dan berdampak pada pendapatan keluarga pengusaha. Sehingga arus globalisasi dan modernisasi mendorong konsumen lebih suka terhadap makanan cepat saji. Pentingnya mempertahankan kearifan lokal dalam pembuatan kue bika bakar tidak hanya untuk melestarikan budaya, tetapi juga sebagai faktor diferensiasi yang dapat mengakibatkan daya tarik produk dan pendapatan pengusaha.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Sugiyono (2020:9) metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada suatu objek secara langsung. Dalam penelitian kualitatif, manusia adalah objek penelitian dan hasil penelitian berupa kata-kata atau pernyataan yang relevan dengan situasi sebenarnya. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, menjelaskan, dan menjawab dengan mengumpulkan informasi sebanyak mungkin. Subjek dalam penelitian ini terdapat 2 orang pengusaha kue bika bakar. Objek penelitian yang digunakan mengenai strategi pengusaha kue bika bakar sebagai kearifan lokal dalam mempertahankan pendapatan keluarga di kecamatan panyabungan selatan. Menurut sugiyono (2018:283) terdapat tiga tahap utama dalam prosedur dan rancangan penelitian kualitatif tahan deskripsi atau orientasi, tahap reduksi, tahap seleksi. Menurut Moleong (2014:168) dalam sebuah penelitian dibutuhkan instrumen penelitian untuk mendapatkan data yang akurat atau valid. Kemudian dalam penelitian kualitatif yang menjadi alat penelitian adalah peneliti sendiri. Dengan demikian, peneliti bertindak sebagai pengumpul data dan juga berpartisipasi secara aktif dalam proses pengumpulan data di lapangan dengan menggunakan protokol wawancara, protokol observasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu dokumentasi, wawancara, observasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Uji keabsahan dalam penelitian kualitatif merupakan data yang digunakan untuk mengungkapkan kebenaran dari data yang di dapatkan selama penelitian yang sesuai dengan tujuan dalam penelitian. Dalam penelitian ini uji keabsahan data peneliti yang dilakukan dengan menggunakan triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejalan dengan tujuan penelitian yang sudah ditentukan, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi pemasaran pengusaha kue bika bakar sebagai kearifan lokal dalam meningkatkan pendapatan keluarga di Kecamatan Panyabungan Selatan. Untuk memperoleh kesuksesan bisnis, strategi pemasaran memiliki peran yang sangat penting. Dengan strategi ini, produk bisa dikomunikasikan serta disampaikan kepada konsumen dengan tujuan menciptakan kepuasan. Perusahaan harus cerdas dalam memilih segmen konsumen yang hendak dilayani, berikutnya merumuskan segmentasi pasar yang menguntungkan. Berdasarkan strategi ini, para pemasar merancang marketing mix yang mencakup proses perancangan produk, penetapan harga, pelaksanaan kegiatan promosi dan pemilihan lokasi distribusi. Marketing mix memiliki peran sentral dalam mencapai kesuksesan operasional suatu perusahaan dalam upaya memasarkan produknya. Integrasi yang sinergis antara berbagai program pemasaran dapat terwujud melalui mekanisme yang disusun dalam konsep marketing mix.

Product (Produk)

Keberadaan produk sangatlah penting, karena kelangusngan dari aktivitas perusahaan bergantung pada produk yang dihasilkan. Maka apapun upaya yang dilakukan baik itu dalam bentuk promosi, penawaran harga, dan letak yang disediakan, seluruh akan menjadi hambar bila produk yang disediakan tak dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Strategi produk dalam penjualan merupakan faktor yang penting dari setiap jenis usaha. Dengan penerapan strategi produk maka akan dapat mempengaruhi penjualan. sangat penting untuk memperhatikan bahan dalam pembuatan kue bika bakar ini. Kemudian dengan memilih bahan yang memiliki kualitas yang tinggi dan tidak menggunakan bahan pengawet lainnya. Seperti bahan yang digunakan dalam proses pembuatan kue bika yaitu tepung beras, gula arena atau gula merah asli tanpa ada campuran dari gula putih atau gula pasir, dan air kelapa sebagai pengembang alami. Kualitas dari bahan baku tersebut harus segar, bebas dari jamur dan tidak bau tengik dan bebas dari kotoran. Karena semua pelanggan yang membeli kue bika sangat memperhatikan kualitas dari penggunaan bahan dalam proses pembuatan kue bika bakar dan rasanya sehingga dapat menarik pelanggan untuk tetap membeli kue bika bakar. Penggunaan bahan baku yang berkualitas tinggi dalam pembuatan kue bika bakar sangat penting untuk memastikan produk akhir memiliki tekstur yang baik dan rasa yang lezat. Kemudian bentuk kemanasan kue bika bakar ini tetap berbahan dasar daun pisang sehingga kearifan lokal dari kue bika bakar tetap terjaga.

Price (Harga)

Harga memegang peran penting untuk menarik perhatian konsumen serta mempengaruhi keputusan pembelian. Faktor penetapan harga yang ekonomis mempunyai pengaruh signifikan pada preferensi konsumen kepada sebuah produk. Peranan harga bagi konsumen tak dapat diremehkan. Hal tersebut berdampak dalam menetapkan alternatif produk yang akan dibeli. Keberhasilan pemasaran sebuah produk atau jasa, baik barang maupun layanan, sangat berkaitan dengan penentuan harga yang tepat. Bila harga yang ditawarkan bersaing selaras pada kualitas unggulan produk, pengaruhnya akan lebih menarik bagi konsumen.

Place (Lokasi)

Lokasi memiliki peranan yang cukup penting dalam kemajuan sebuah bisnis. Keberhasilan dari suatu usaha sering kali ditentukan oleh pemilihan lokasi yang strategis. Kemudahan akses dan kenyamanan bagi konsumen memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Maka dari itu, pemilihan lokasi harus sesuai, fasilitas yang disediakan dan mudah diakses. Kemudian untuk lokasi parkir kendaraan saat memadai dan luas. Selanjutnya memiliki daya tarik lokal yang dapat menarik wisatawan dan penduduk lokal.

Promotion (Promosi)

Promosi merupakan langkah awal yang dilakukan untuk memasarkan produk sehingga masyarakat mengetahui produk tersebut. Meskipun teknologi berperan penting dalam mempercepat informasi dan memudahkan akses masyarakat, Anda juga menghadapi tantangan dalam mendapatkan dukungan penuh dari teman-teman untuk mempromosikan kue Bika Bakar Anda. Promosi dari mulut ke mulut, meskipun memiliki nilai dalam membangun hubungan personal, memiliki jangkauan yang terbatas dibandingkan dengan media sosial. Dengan demikian, strategi yang telah pengusaha implementasikan telah membawa hasil positif namun tetap perlu mempertimbangkan berbagai faktor untuk mengoptimalkan promosi dan penjualan ke depannya. Strategi promosi yang dilakukan oleh pengusaha kue bika bakar.

hampir sama yaitu melalui dari media sosial media yang mempunyai dampak besar pada perkembangan bisnis yang dibuat oleh pengusaha kue bika bakar. Selanjutnya mempromosikan kue bika bakar dengan cara strategi kuliner fashion yang dilanjutkan Fashion walk untuk memperkenalkan Kue Bika bakar Kayulaut di social media selaku bagian dari promosi Kue Bika Bakar Kayulaut tujuan agar penjualan Kue Bika Bakar Kayulaut paling tidak kembali seperti dimasa lalu yang di produksi dengan capaian hingga ratusan Kue Bika dalam satu hari per rumah tangga.

Pembahasan

Dalam hal kemajuan suatu usaha kuliner pada dasarnya ada rencana atau strategi yang digunakan, terpadu yang dapat memberikan arahan mengenai tindakan yang akan mewujudkan tujuan dari pengusaha kue bika bakar yang ada di Panyabungan Selatan. Menurut Direktorat Pembinaan SMK (2013) strategi pemasaran adalah serangkaian tindakan terpadu menuju keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sedangkan strategi dan kiat pemasaran dari sudut pandangan penjualan (4P). Dari hasil penelitian ini pemasaran merupakan aspek fundamental dari sebuah organisasi. Hal ini mencakup rangkaian prosedur yang bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menawarkan harga kepada klien dengan tujuan mengelola hubungan pelanggan secara menguntungkan bagi perusahaan serta para pemangku kepentingan. Marketing Mix sangatlah berperan penting keberhasilan penjualan produk kue bika bakar dimana konsumen dapat memperoleh produk melalui pembelian. Contohnya 3 pengusaha kue bika bakar yang ada di Kecamatan Panyabungan Selatan yang telah menerapkan strategi pemasaran 4P yaitu Produk, Place, Lokasi, dan Promosi untuk dapat menarik pelanggan dan meningkatkan pendapatan keluarga.

Pengusaha kue bika bakar dalam membuat kue sangatlah berhati-hati dan dapat menghasilkan kualitas kue yang bagus. Kemudian ketika melaksanakan strategi pengusaha kue bika bakar ini sangatlah memperhatikan konsumen dan melayani dengan ramah sehingga dapat menarik pelanggan dan mendapatkan keuntungan. Subjek atau pengusaha kue bika bakar sangat senang karena konsumen menyukai kue bika bakar yang rasanya sangatlah khas berbeda dengan kue bika lainnya yang ada di Sumatera Utara ini. Selain itu, kue bika bakar sebagai kearifan lokal dapat dilihat dari proses pembuatan kue bika bakar yang masih tradisional menggunakan sabut kelapa dan kemasan kue bika bakar terbuat dari daun pisang. Kue bika bakar memiliki kategori kuliner tradisional yang memiliki daya tarik wisata. Daya tarik wisata pada kue bika bakar atau tutung adalah tergambar dari keunikannya, yang memiliki rasa manis dari percampuran gula aren dan tepung dengan aroma kelapa parut sebagai pembeda untuk menguatkan rasanya, sebagai bentuk keragamannya dengan orisinalitasnya yang tergambar melalui kekhasan bahan dasar yang digunakan serta proses pembuatannya yang dibakar dengan sabut kelapa. Dan otentisitas yang ditunjukkan adalah melalui nilai dan tampilannya yang berbeda dari bika yang lain. Bika bakar ini juga dapat dijadikan motivasi wisata kuliner tradisional dengan melihat potensi yang dimilikinya. Apabila bika bakar ini dapat dikembangkan dan di promosikan sebagai salah satu daya tarik wisata kuliner di mandailing natal maka beberapa kekurangan dan ancaman yang ada dapat teratasi. Semakin banyak orang yang mengenal bika bakar ini akan semakin populer dan akan membuat wisatawan penasaran untuk langsung mencicipinya.

Product (Produk)

Resep yang digunakan dalam proses pembuatan kue Bika bakar ini secara turun temurun yang tidak semua orang bisa membuat kue bika bakar seperti yang di jual oleh pengusaha kue bika bakar dan selalu mementingkan kualitas tinggi dari kue dan sangat mudah di jumpai. Maka

dari itu, kualitas kue bika bakar tetap terjaga karena bahan yang digunakan tidak ada campuran dari pengawet makanan dan proses dalam memasak kue masih tradisional dan kemasan kue bika bakar menggunakan daun pisang. Kue ini tetap menjaga kearifan lokal yang menjadi keunikan tersendiri sehingga dapat memikat hati pelanggan. Semua orang dapat menikmati kue bika bakar. Karena kue bika bakar mudah di jumpai di panyabungan selatan. Maka dengan kualitas yang tinggi kue ini sangat khas dan rasanya sangat lezat. Pernyataan ini sesuai dengan karakteristik produk kue bika bakar. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Amstrong&Phlip,2012 bahwa kualitas produk memiliki kemampuan untuk melaksanakan fungsinya meliputi tekstur, ketahanan,kandungan gizi, citra rasa daya tarik.

Price (Harga)

Keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa,baik barang ataupun layanan,sangat berkaitan dengan penetapan harga. Jika harga yang ditawarkan dapat bersaing dengan lancar dengan harga yang di buat oleh pengusaha kue bika bakar lainnya dengan kualitas kue yang bagus akan berdampak pada konsumen. Jika harga yang di tawarkan bersaing dengan kualitas unggul dampaknya akan lebih menarik bagi konsumen. Walaupun harganya berbeda tetap rasa tidak kalah dengan bika bakar yang ada di panyabungan selatan. Selain itu, persaingan yang ketat dengan penjualan kue bika bakar yang ada di panyabungan selatan maka perlu menetapkan harga yang mudah dijangkau sehingga pelanggan bisa membeli kue bika bakar dengan menyesuaikan kondisi daya beli masyarakat terhadap kue bika bakar. Peran harga ini tidak bisa dianggap remeh karena sangat berpengaruh terhadap pembelian konsumen. Harga menurut Swastha (2008:147) merupakan suatu nilai yang di butuhkan untuk mendapatkan sejumlah produk atau jasa. Harga juga merupakan persoalan yang sangat mendasar dalam suatu bidang usaha baik bagi konsumen maupun produsen. Hal yang harus di perhatikan dalam menetapkan harga adalah biaya,keuntungan persaingan pasar. Penetapan harga ini bertujuan untuk mendapatkan laba tertinggi.

Place (Lokasi)

Lokasi memiliki peran penting dalam kemajuan sebuah bisnis. Oleh karena itu,pemilihan lokasi harus sesuai dan mudah di akses oleh masyarakat. Oleh sebab itu, pemilihan lokasi berkaitan dengan proses distribusi yang merupakan kegiatan perusahaan yang saling berkaitan agar dapat menjadikan suatu produk siap digunakn atau konsumsi. Tempat yang strategis,dan mudah dijangkau tentunya menjadi faktor pendukung keputusan membeli suatu barang/jasa. Kemudian subjek S lebih memilih sebagai pengecer kue bika bakar di Pusat Kota. Jika dilihat dari kondisi kedai tempat subjek S mengecer kue bika bakar persediaan dan transfortasi yang digunakan dalam menjual kue bika bakar sudah bijak. Hal ini dapat dilihat keuntungan yang diperoleh dari pengusaha kue bika bakar yang meningkat. Hal ini tentunya berpengaruh besar dalam peningkatan pendapatan keluarga. Karena lokasi dipusat kota lebih menjamin kue bika bakar terjual habis. Mengenai strategi distribusi yang pengusaha kue bika terapkan sudah termasuk sangat baik untuk usaha yang masih tergolong usaha rumahan. Jika dilihat dari asfek lokasi tempat mereka menjual kue bika bakar sudah termasuk strategis karena lokasinya termasuk tempat yang biasa dilalui oleh banyak orang sehingga keberadaan usaha mereka mudah dijangkau oleh masyarakat.

Promotion (Promosi)

Desa Kayulaut merupakan salah satu indicator dasar hadirnya kegiatan Panyabungan selatan Culinary Fashion Festival untuk membantu mendorong pemahaman masyarakat akan beragamnya metode pemasaran dalam memperkenalkan produk kue bika Desa Kayulaut.

Kegiatan culinary Fashion Festival Panyabungan Selatan ini merupakan bukti edukasi yang berharga bahwa memperkenalkan produk Kue Bika memerlukan kemauan yang kuat, kreatifitas yang tinggi dengan menggunakan teknologi dan jejaring sosial yang sesuai dengan zaman serta semangat juang yang lebih tinggi. agar kue bika bisa bersaing dan tema Culinary Fashion di pilih karena diyakini ketika Kue Bika Bakar di promosikan.

Kemudian melalui Media social atau melalui facebook akan lebih menarik untuk ditampilkan sehingga peminat jajanan Tradisional melirik Kue Bika Bakar Kayulaut untuk menjadi Pilihan jajanannya. Penjualan produk dengan menggunakan media sosial untuk menarik pembeli dengan memberikan informasi-informasi terkait dengan produk-produk yang ditawarkan kepada masyarakat. Pemanfaatan social media dapat berimbas positif bagi sebuah produk. Penggunaan media sosial digunakan oleh masyarakat dalam melakukan banyak aktivitas mulai dari entertainment, melakukan bisnis, mencari info atau aktivitas lainnya. Pemasaran melalui media sosial akan memengaruhi faktor eksternal yang mempengaruhi persepsi konsumen akan sebuah produk, yang kemudian akan mempengaruhi minat beli konsumen (Maoyan et al, 2014). Kemudian untuk yang menerapkan promosi melalui media sosial misalnya facebook biasanya ia akan membuat biaya ongkos kirim berdasarkan jauh dekatnya jumlah pelanggan yang berada di Kecamatan Panyabungan Selatan apabila pelanggan meminta untuk diantar langsung kerumah. Begitu juga dengan persediaan kue bika bakar sudah disasati pengusaha kue bika bakar agar tidak mengakibatkan kerugian yaitu dengan memproduksi kue bika bakar sesuai dengan jumlah produksi setiap harinya.

KESIMPULAN

Product yang ditawarkan bermutu atau memiliki kualitas yang bagus dan proses memasak kue bika bakar menggunakan sabut kelapa ataupun arang dengan bahan yang berkualitas. Price (harga), Penjual menerapkan harga yang ekonomis sehingga banyak konsumen yang membeli kue bika bakar dan memberikan potongan harga apabila membeli kue bika bakar lebih dari 2 pcs. Place (Lokasi), Lokasi penjualan kue bika bakar yang banyak dikunjungi wisatawan, dekat dengan pusat kota, mudah diakses konsumen dan dilalui oleh transportasi. Promotion (Promosi), bentuk strategi pemasaran yang dilakukan oleh pengusaha kue bika bakar dengan pemanfaatan media sosial untuk memperluas jangkauan penjualan. Kemudian promosi melalui orang lain atau dari teman ke teman, mengikuti event kuliner festival fashion yang diadakan di desa Kayu Laut untuk mempromosikan kue bika bakar. Setelah menerapkan strategi 4P tersebut pendapatan pengusaha kue bika bakar meningkat. Pendapatan keluarga pengusaha Rosminah (R) awalnya Rp.1.500.000 menjadi Rp.2.500.000 dan Pengusaha Fatlah (F) pendapatan keluarga awalnya Rp.1.200.000 menjadi Rp.2.000.000 setiap bulannya.

Saran: Untuk tetap mempertahankan strategi yang digunakan pada saat memproduksi dan memasarkan kue bika bakar dan tetap mempertahankan kearifan lokal dan rasa kue bika bakar tidak berubah. Hal ini tentunya akan membuat pengusaha kue bika bakar dapat mengidentifikasi dan mengetahui keberhasilan dari usaha kuliner. Sehingga jumlah kue bika bakar yang diproduksi meningkat dan pendapatan juga semakin meningkat. Pengusaha kue bika bakar memperluas jangkauan pasar melalui pendekatan pasar yang mencakup berbagai elemen dalam strategi pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Akram Rihda. (2014). Pintar Mengelola Keuangan Keluarga Sakinah. cetakan ke-1 (Solo:Tayiba Media)
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. 2012. Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo

- Arianto, D.E. (2010). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Glandang Langen Bogan Surakarta. (Tesis). Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Basu Swastha. 2008. Menejemen Pemasaran Modern. (edisi 2), yogyakarta: Liberty-Yogyakarta
- Budiman, J., & Steven, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelanggan PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Pontianak. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 94- 102. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i1.12263>
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management*. Vol. 5(5)
- Dhini, R, S. (2019). Perancangan Pusat Kuliner Edukatif Khas Sumatera Utara Di Kawasan Istana Maimun Kota Medan Dengan Pendekatan Arsitektur Konseptual. Skripsi Online : Universitas Pembangunan Panca Budi.
- Fajri, I. (2018). Strategi Peningkatan Penjualan Makanan Tradisional Sunda Melalui Daya Tarik Produk Wisata Kuliner Di The Jayakarta Bandung Suite Hotel & Spa. *The Journal: Tourism And Hospitality Essentials Journal*, 8(1), 45-56. <https://doi.org/10.17509/thej.v8i1.11689>
- Friedman. (2013). Buku Ajar Keperawatan Keluarga (Issue December). Gosyen Publishing
- Harmonis, R. (2021). Efektivitas Home Industry Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga Ditinjau Dari Produksi Islam. (Skripsi Online). Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu
- Herdian, F., Aulia, S., & Meli, S. (2013). Rancangan Bangun Alat pemanggang Bika Dalam Upaya Peningkatan Kapasitas Produksi. *Jurnal Teknologi Pertanian andalas*. 17(2). <http://repository.ppp.ac.id/id/eprint/133>
- Immaningsih, N. 2012. Profil Gelatinisasi Beberapa Formula Tepung -tepungan untuk Pendugaan Sifat Pemasakan. *Penel Gizi Makan* .5 (1)
- Iskandar. (2017). Pengaruh Pendapatan Terhadap Pola Pengeluaran Rumah Tangga Miskin Di Kota Langsa. *Jurnal Samudra Ekonomika*. 1 (2).
- J.Moleong & Lexy.(2014). Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Johnson, G.& Scholes, K. (2016). Exploring Corporate Strategy-Text And Cases. Hemel Hempstead: Prentice-Hall.
- Kotler & Amstrong,G. (2016). Jilid 1, Edisi 9. Dasar-dasar Pemasaran. Jakarta: Erlangga. p125.
- Kotler, Philip & Keller, L.,K. (2016). Marketing Managemen, 15th Edition, PearsonEducation,Inc.
- Krueger, R.A. (1994). Focus Group: A Practical Guide For Applied Research. Ed. Ke-2. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Nabila, G,A.,& Tuasela,A. (2021). Straetgi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika. *Jurnal Kritis*. 5(5)