

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Selain memiliki beragam agama, suku, etnis, dan kuliner, Indonesia adalah negara dengan sumber daya alam yang sangat besar. 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 pada masa kemerdekaan, beberapa di antaranya 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, mampu mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi nasional melalui kekayaan warisan kuliner tradisional yang beragam.

Setiap pengusaha, terutama yang tergolong dalam kelompok pelaku bisnis makanan tradisional, perlu melakukan perbaikan diri dengan merencanakan strategi dan mengembangkan manajemen usaha yang tangguh untuk mengenali setiap perubahan atau potensi di pasar dalam situasi persaingan pertumbuhan ekonomi dan transformasi lingkungan yang begitu cepat pada masa sekarang. Industri makanan tradisional merupakan industri terbesar kedua di daerah ini setelah pertanian, dan memiliki salah satu prospek jangka panjang terbaik dalam menyerap tenaga kerja di daerah ini. Bisnis rumahan berkembang cukup cepat, seperti yang terlihat dari peningkatan jumlah restoran tradisional yang bereksperimen dengan masakan modern dan membuka toko di daerah-daerah terpencil dan bahkan di kota-kota besar.

Kawasan Mandailing Natal dikenal memiliki sajian kuliner menarik, salah satunya adalah Bika Bakar. Kuliner ini memiliki bentuk yang mengingatkan pada Serabi, namun dengan cita rasa yang berbeda.

Keunikan terletak pada penggunaan sabut Kelapa dalam proses pembuatannya. Tidak hanya itu, di wilayah Selatan Provinsi Sumut, tepatnya Kabupaten Mandailing Natal, Bika Bakar menjadi makanan yang melegenda, berbeda dengan Bika Ambon yang populer di daerah Medan. Tampilannya yang mirip Serabi juga menambah daya tarik tersendiri, mengingat Serabi sendiri merupakan makanan khas Jawa.

Bika Bakar Mandailing Natal memiliki kesamaan dalam bentuk dan aroma dengan Bika Minang khas Sumatera Barat, meskipun nampak berbeda dari Bika Ambon Khas Medan. Keunikan Bika Bakar Mandailing Natal terlihat pada varian warnanya, yang cenderung coklat lebih dalam dibandingkan dengan warna terang khas Bika Minang. Pengemasan Bika Bakar Mandailing Natal tetap mempertahankan sentuhan tradisional dengan menggunakan daun pisang sebagai bungkusnya.

Bika Bakar Mandailing Natal diperbuat dari campuran tepung beras, parutan kelapa, dan gula merah. Metodenya pun khas dan masih mengikuti tradisi dengan memanfaatkan arang serta sabut kelapa dalam proses pembuatannya. Fungsi arang dan sabut kelapa dalam proses pemasakan bika ini turut memberikan keunikan, dimana penggunaannya bertujuan untuk memastikan bika bakar mengembang secara optimal. Kekurangan pengembangan pada Bika Bakar dapat dikenali melalui penampilannya yang kurang menarik, serta mereduksi kenikmatan rasanya

Kue Bika Bakar Mandailing Natal memiliki posisi istimewa sebagai salah satu hidangan tradisional yang diminati dan memiliki nilai jual tinggi. Proses pembuatannya memerlukan keahlian khusus karena tantangan dalam membentuk serat halus yang menjadi ciri khas kue ini, fermentasi yang memakan waktu, dan teknik unik dalam proses pemanggangannya. Oleh karena itu, umumnya masyarakat lebih cenderung membeli kue ini daripada membuatnya sendiri. Kelezatan Kue Bika Bakar Mandailing Natal dapat dinikmati dalam rentang waktu 1-2 hari, setelah itu rasanya mungkin mengalami penurunan. Harganya pun tetap terjangkau, berkisar antara 10.000 hingga 15.000.

Salah satu faktor pendukung yang paling penting dalam kemampuan sebuah destinasi untuk menarik wisatawan adalah kulinernya. Kuliner lokal, khususnya, bahkan dapat menggambarkan budaya umum suatu komunitas. Masakan lokal adalah salah satu karakteristik utama dari suatu tempat, yang berkontribusi terhadap variasi atraksi wisata di wilayah tersebut dan memberikan seluruh pengalaman yang akan didapatkan oleh pengunjung saat berada di sana. Oleh karena itu, kehadiran restoran khas daerah Kue Bika Bakar Mandailing, yang juga dikenal dengan sebutan Kue Bika Bakar, niscaya dapat meningkatkan pengalaman pengunjung ketika berkunjung ke Kabupaten Mandailing Natal.

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 para wisatawan lokal bahkan internasional. Perkembangan dunia yang dinamis, yang terus menunjukkan kemajuan pesat di segala bidang kehidupan di era sekarang ini, yang juga dikenal sebagai era kontemporer atau modern, telah menghasilkan sejumlah perubahan sosial yang mempengaruhi lingkungan sekitar. Pengunjung asing menjadi lebih terintegrasi dengan kearifan lokal Kabupaten Mandailing Natal dan diperkirakan tren ini akan terus berlanjut. Salah satu dampak yang tidak dapat dihindari adalah pengaruh teknologi. (Diah Sastri Pitanatri 2016).

Pedagang Bika Bakar Mandailing Natal tidaklah sulit untuk ditemukan. Umumnya, pedagang Bika Bakar sering muncul di Pasar Tradisional Mandailing Natal. Bika Bakar kerap dijadikan sebagai oleh-oleh bagi para wisatawan yang mengunjungi wilayah Mandailing Natal.

Berdasarkan latar belakang diatas mengenai pentingnya memasarkan Produk Makanan tradisional yang ada di Mandailing Natal, maka penulis tertarik untuk Melakukan Penelitian lebih lanjut tentang “ *Analisis Strategi Pemasaran Kue Bika Bakar Makanan Tradisional*

***Khas Mandailing Natal ( Studi Kasus Industri Rumah Tangga Bika Bakar Di Kabupaten Mandailing Natal***

**B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran *Homey Industy* Bika Bakar Mandailing Natal dalam penerapan *marketing mix* ?
2. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi pengaplikasian *marketing mix* pada produk *Homey Industy* Bika Bakar Mandailing Natal?



**C. Tujuan Penelitian**

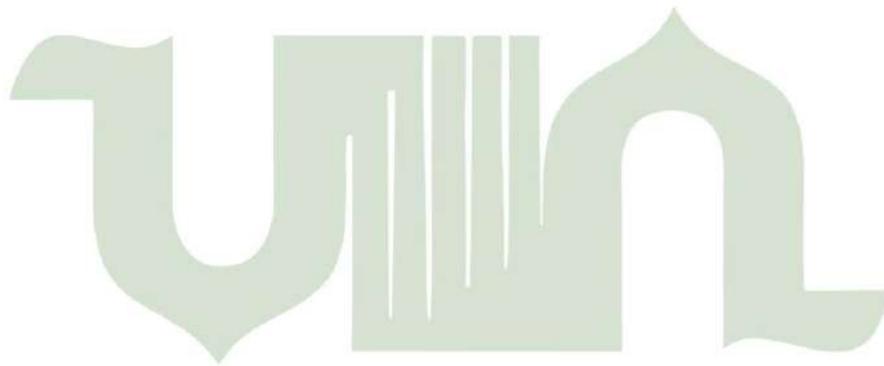
1. Untuk mengetahui strategi pemasaran *Homey Industy* Bika Bakar Mandailing Natal dalam penerapan *marketing mix*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung dan menghambat penerapan *marketing mix* pada penjualan produk *Home Industy* Bika Bakar Mandailing Natal.

**D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah yaitu:

1. Memberikan panduan kepada para penjual untuk merancang strategi guna meningkatkan volume penjualan.
2. Menyediakan kontribusi ilmiah yang berharga sebagai sumber referensi berupa data, informasi, dan gagasan bagi peneliti berikutnya yang mengkaji pemasaran Home Industry Bika Bakar Mandailing Natal.

3. Hasil temuan penelitian diharapkan dapat dijadikan acuan oleh instansi terkait dalam membentuk kebijakan yang bertujuan meningkatkan efektivitas pemasaran perusahaan tersebut.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN