

ABSTRAK

NUR HAKIKI. Analisis Strategi Pemasaran Pengusaha Kue Bika Bakar Sebagai Kearifan Lokal Dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga di Kecamatan Panyabungan Selatan. Skripsi. Medan: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Medan, 2024.

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 digunakan yaitu 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

NUR HAKIKI. Analysis of the Marketing Strategy of Bika Bakar Cake Entrepreneurs as Local Wisdom in Increasing Family Income in South Panyabungan District. Thesis. Medan: Faculty of Education, State University of Medan, 2024.

This study aims to find out the strategy of bika bakar cake entrepreneurs as local 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 event 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

