

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner Tradisional U.D Bolu Bhoi Kak Nana Dalam Menarik Minat Konsumen”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan U.D Bolu Bhoi Kak Nana dalam menarik minat konsumen. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian berada di U.D Bolu Bhoi Kak Nana, Desa Pante Gajah, Matang Geulumpang Dua, Kabupaten Bireuen. Informan penelitian berjumlah enam orang yang terdiri dari tiga orang karyawan dan tiga orang pembeli. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran U.D Bolu Bhoi Kak Nana berpedoman pada konsep bauran pemasaran 4P, yaitu product, price, place, dan promotion. Pada aspek produk, Bolu Bhoi memiliki ciri khas pada rasa, tekstur, ukuran, serta penggunaan bahan berkualitas dan proses produksi yang mempertahankan cita rasa tradisional. Pada aspek harga, produk ditawarkan dengan harga yang relatif terjangkau, yaitu sekitar Rp10.000 hingga Rp40.000. Pada aspek tempat, lokasi usaha berada di jalur lintas nasional Banda Aceh–Medan sehingga mudah dijangkau konsumen. Sementara itu, promosi dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut, WhatsApp, TikTok, radio, serta penitipan produk pada toko kue dan gerai oleh-oleh. Strategi tersebut didukung oleh lokasi usaha yang strategis, kualitas produk, pelayanan yang baik, dan perluasan jaringan distribusi. Namun, penelitian juga menemukan hambatan berupa persaingan usaha, keterbatasan distribusi, serta daya tahan produk yang perlu diperhatikan dalam pengiriman jarak jauh.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Bauran Pemasaran 4P, Bolu Bhoi, Minat Konsumen.