

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Hasanah, (2021). Strategi pada hakikatnya merupakan suatu manajemen untuk mencapai tujuan tertentu yang berfungsi sebagai petunjuk arah perencanaan. Dalam sebuah usaha bisnis harus menggunakan teknik pemasaran yang tepat dan manajemen yang baik, tidak hanya berfokus pada kemampuan, pemahaman dan ketelitian tetapi berfokus pada cara operasionalnya. Setiap usaha bisnis tentu memiliki strategi masing masing dalam menawarkan barang atau jasa, baik bisnis usaha kecil atau bisnis usaha besar.

Octavianty, (2018). Sebuah usaha bisnis harus memahami bagaimana cara berkomunikasi yang baik dengan konsumenkarna dalam pemasaran tentu melibatkan komunikasi untuk mentransfer nilai nilai pertukaran antara pemilik usaha dengan konsumen. Dan dalam pemasaran juga bukan hanya memasarkan produk yang bagus, menetapkan harga yang lebih murah, dan cara mempromosikan produk yang menarik saja, tetapi juga berfokus pada perkembangan usaha yang dijalankan untuk meningkatkan penjualan sebagai tujuan utama dalam berbisnis.

Adapun usaha bisnis kuliner di kalangan masyarakat Aceh saat ini sangat banyak, tetapi salah satunya yang memiliki keunikan tersendiri pada kuliner tradisional khas Aceh yaituBolu Bhoi..Bhoi merupakan salah satu kue tradisional khas Aceh yang banyak diminati masyarakat.Di Matang Geulumpang II salah satu yang memproduksi Bolu Bhoi yaitu U.D Bolu Bolu Kak Nana.

Bolu Bhoi merupakan salah satu makanan tradisional khas Aceh yang pada umumnya pada masyarakat Aceh menyajikan kepada tamu tamu istimewa yang datang berkunjung ke rumah. Bolu Bhoi diperlukan pada saat acara perhelatan adat besar seperti pesta perkawinan, acara seserahan preh linto atau dara baro, acara keluarga, acara tahlilah, dan hari hari penting. Pada umumnya Bolu Bhoi dihidangkan khusus untuk para keluarga besar di rumah seperti, Hari Raya atau pada saat sekumpulan keluarga besar untuk menunjukkan kelas dari keluarga tersebut, hal ini terlihat dari cita rasa dan menunjukkan estetika adat Aceh. Bolu dengan rasa manis ini dengan tekstur di dalam yang lembut dan luarnya yang kering menjadi salah satu kuliner khas Aceh yang menarik hati wisatawan karena tidak hanya rasanya yang enak juga bentuknya yang lucu, kelebihan Bolu Bhoi ini bisa tahan lebih lama, dengan ini Bolu Bhoi menjadi salah satu pilihan oleh-oleh wisatawan yang hendak pulang ke kampungnya.

Bolu Bhoi merupakan Bolu tradisional khas Aceh yang sudah ada sejak zaman sultan hingga milenial saat ini, Meski banyaknya persaingan dengan Bolu lainnya seperti seperti Bolu kukus, Bolu lapis, Bolu meranti, Bolu pisang. Bolu Bhoi ini tidak kalah saing antar rasa dan khas dengan Bolu lainnya di daerah Aceh. Pada umumnya di Aceh Bolu Bhoi bisa ditemukan di pasar pasar tradisional, selain itu penganan unik ini juga bisa diperoleh di tempat khusus pembuatan Bolu Bhoi. Di Matang Geulumpang Dua Salah satu usaha bisnis kuliner kue khas Aceh yang memproduksi Bolu Bhoi yaitu U.D Bolu Bhoi Kak Nana yang berlokasi di jalan lintas Nasional Banda Aceh – Medan Desa Pante

Gajah, Kota Matang Geulumpang II, yang dibuka setiap hari pada pukul 9.00 WIB – 6.00 WIB. Hingga saat ini U.D Bolu Bhoi Kak Nana masih memproduksi Bolu Bhoi pada tempat usahanya yang dimulai sejak tahun 2012 lalu, Kak Nana sendiri masih mempertahankan bisnisnya sampai sekarang. Yang mana usaha bisnis Kak Nana sudah 12 tahun merintis. Walaupun pada tahun 2019 adanya Covid hal ini tidak membuat Kak Nana putus asa dalam mengembangkan bisnisnya. Produksi Bolu Bhoi Kak Nana setiap hari bisa mencapai lebih dari 300 pack kemasan yang diproduksi oleh 3 karyawannya yang bekerja di tempat usaha tersebut, Setiap hari Omset Kak Nanamencapai 2-4 jt perhari. Biasanya orderan pelanggan juga harus diselesaikan produksi sesuai dengan pesanan pelanggan yang sudah di *order* sebelum H-1.

Bolu Bhoi Kak Nana sudah tidak asing lagi di mata masyarakat di kota Matang Geulumpang II. Lokasi yang dipilih juga strategis yaitu di pinggir jalan Raya yang mudah dijangkau oleh semua kalangan termasuk wisatawan yang berkunjung ke Aceh. Setiap harinya banyak orderan dari pelanggan yang berdatangan, mulai dari pelanggan tetap yang membutuhkan Bolu Bhoi dan juga pelanggan dari berbagai kota yang menjadikan Bolu kering ini sebagai oleh oleh pilihan yang hendak pulang ke kampungnya. U.D Bolu Bhoi Kak Nana memasarkan produknya langsung di tempat usahanya, tidak bergerak ke media sosial dan masih terkesan sangat manual dengan memperkenalkan produknya ke berbagai toko kue yang ada di daerah Matang Geulumpang II hingga ke kota Bireuen. Dengan demikian, ini merupakan salah satu strategi pemasaran yang diterapkan Kak Nana untuk memperkenalkan produknya di daerah tersebut.

Hal ini merupakan suatu proses strategi pemasaran yang bertujuan untuk perkembangan usahanya.

Dalam strategi komunikasi pemasarannya U.D Bolu Bhoi Kak Nana memberikan pelayanan terbaik kepada semua pelanggan yang berdatangan di tempat usahanya, hal ini bertujuan untuk memperbanyak pelanggan tetap dalam meningkatkan omset penjualan. Namun, sejauh ini U.D Bolu Bhoi Kak Nana masih memiliki banyak kekurangan dalam mempromosikan produknya. Kak Nana hanya membuka usahanya secara *offlinedan* tidak bergerak aktif ke media sosial.Promosi yg dilakukan yaitu mempromosikan produkdari mulut ke mulut, hal ini masih terkesan sangat manual.Namun Kak Nana masih bisa mempertahankan dan mengembangkan usaha bisnisnya sampai sekarang. Dengan demikian, peneliti sangat tertarik meneliti lebih dalam dengan melakukan penelitian yang berjudul ”Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Kuliner Tradisional U.D Bolu Bhoi Kak Nana Dalam menarik Minat Konsumen”

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian yang akan diteliti yaitu :

- Strategi Bauran Pemasaran 4P yang diterapkan pada U.D Bolu Bhoi Kak Nana dalam menarik minat konsumen.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- a. Bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan U.D Bolu Bhoi Kak Nana dalam menarik minat konsumen?

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam proposal skripsinya ini, yaitu peneliti berharap dapat memberi manfaat kepada semua pihak baik dari segi teoritis maupun praktis.

- **Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan sebagai sumber pemikiran dalam strategi pemasaran, khususnya tentang cara pemasaran, strategi yang dijalankan dan tingkat penjualan. Hasil penelitian ini sangat diharapkan agar dapat menjadi bahan masukan bagi semua pihak yang terkait, khususnya para pembisnis.

- **Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini tentang strategi pemasaran peneliti berharap dapat membantu menambah wawasan bagi orang banyak tentang cara berbisnis, sebagai acuan yaitu U.D Bolu Bhoi kak Nana dalam strategi komunikasi pemasarannya menarik minat konsumen.