



## POTENSI USAHA KULINER BIKA DI NAGARI KOTO BARU KECAMATAN X KOTO KABUPATEN TANAH DATAR

Rahmi<sup>1</sup>, Sri Mariya<sup>2</sup>

Program Studi Pendidikan Geografi, FIS, Universitas Negeri Padang

Email: [Rahmimi70@gmail.com](mailto:Rahmimi70@gmail.com)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) peminat atau pembeli kuliner bika di Nagari Koto Baru (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi usaha kuliner bika di Nagari Koto Baru (3) Bagaimana pendapatan pedagang bika pada hari biasa dan di hari libur. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*MixedMethods*). Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yaitu : angket, observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu : Pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi usaha kuliner bika di Nagari Koto Baru adalah : (1) Bika di Nagari Koto Baru ini sudah terkenal oleh masyarakat luar, dari analisis pasar yaitu mengidentifikasi pasar yang relevan menunjukkan bahwa banyak masyarakat dari luar Nagari Koto Baru yang tertarik dengan kuliner bika karena rasa yang unik dan bervariasi, harga yang terjangkau, serta letak yang strategis, (2) faktor yang mempengaruhi usaha kuliner bika yaitu lokasi, lingkungan sekitar dan bahan baku sudah mendukung untuk menjadikann bika sebagai faktor pendukung potensi usaha kuliner bika di Nagari Koto Baru, (3) Pendapatan pemilik usaha bika ini pada hari biasa dan hari libur berbeda, kenaikan pendapatan bisa menjadi dua kali lipat pada hari libur.

**Kata kunci**— wisata, kuliner, potensi, analisis pasar

### Abstract

*The purpose this research are : (1) enthusiasts or buyers of bika culinary in Nagari Koto Baru (2) Factors that influence the culinary business of bika in Nagari Koto Baru (3) How does the income of bika traders on weekdays and holidays,. Mix This research method uses a combination research method (Mixed Methods) .Data collection techniques, namely: questionnaires, observation, interviews and documentation. Data analysis techniques, namely: data collection, data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results show that the potential of bika culinary business in Nagari Koto Baru is: (1) Bika in Nagari Koto Baru is already well-known by the outside community, from the market analysis that identifies relevant markets shows that many people from outside Nagari Koto Baru are interested in culinary. bika because of its unique and varied flavors, affordable prices, and strategic location, (2) factors that affect the bika culinary business, namely location, surrounding environment and raw materials have supported to make bika a supporting factor for the potential of bika culinary business in Nagari Koto Baru , (3) If the income of the business owner is different on weekdays and holidays, the increase in income can be doubled on holidays*

**Keywords**— travel, culinary, potential, market analysis

<sup>1</sup>Mahasiswa Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

<sup>2</sup>Dosen Jurusan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang

## PENDAHULUAN

Secara etimologis “pariwisata” berasal dari bahasa Sanskerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”.

Pariwisata sebagai suatu kegiatan kemanusiaan berupa hubungan antar orang baik dari negara yang sama atau antar negara atau hanya dari daerah geografis yang terbatas yang tinggal sementara waktu di daerah lain atau negara lain atau benua lain untuk memenuhi berbagai kebutuhan kecuali kegiatan untuk memperoleh penghasilan. (Wahab dalam Warpani. 2007)

Pengertian potensi wisata menurut adalah segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata, dan merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. (Mariotti dalam Yoeti.1983)

Secara harafiah, kuliner adalah kata yang biasa digunakan untuk merujuk pada sesuatu yang berhubungan dengan memasak atau profesi kuliner. Wisata Kuliner (*food tourism*) secara umum dapat didefinisikan sebagai kunjungan ke produsen makanan, festival makanan, restoran dan lokasi spesifik untuk mencicipi makanan dan/atau menikmati/mempelajari produksinya. Dengan demikian makanan, produksi makanan dan atribut khusus makanan daerah menjadi dasar dan faktor pendorong utama dalam perjalanan wisata (Hall dan Mitchell, 2001).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kekayaan alam yang sangat melimpah dan memiliki keanekaragaman geografis dan sosial budaya yang cocok dikembangkan dalam sektor pariwisata. Pariwisata sebagai penggerak sektor ekonomi dapat menjadi solusi bagi pemerintah dalam meningkatkan pembangunan ekonomi. Sektor pariwisata tidak hanya menyentuh kelompok-kelompok ekonomi tertentu tetapi dapat menjangkau kalangan bawah. Masyarakat di sekitar objek-objek wisata dapat mendirikan berbagai kegiatan ekonomi misalnya tempat penginapan, layanan jasa (transportasi, informasi), warung dan lain-lain.

Berdasarkan (RTRW Kabupaten Tanah Datar 2011-2031:58), menyatakan bahwa Kabupaten Tanah Datar merupakan daerah yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat yang memiliki objek wisata yang sangat menarik dan memiliki potensi yang menjanjikan untuk dikembangkan sebagai daerah objek wisata, baik wisata alam, wisata sejarah maupun wisata budaya. Salah satu daerah tujuan wisata yang akan dikembangkan di daerah Kabupaten Tanah Datar yaitu Talago Koto Baru yang memiliki sebuah genangan air yang cukup luas.

Disamping potensi daerah objek wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Tanah Datar, wisata

kuliner bisa menjadi alternative dalam mengembangkan industri pariwisata. salah satu wisata kuliner yang menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke daerah talago koto baru adalah kuliner bika. Kuliner

bika adalah makan khas pinggir talago. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya warung atau pondok bika yang tersebar di sepanjang pinggir talago.

**Tabel 1.** Nama-nama Pondok Kuliner Bika di Nagari Koto Baru

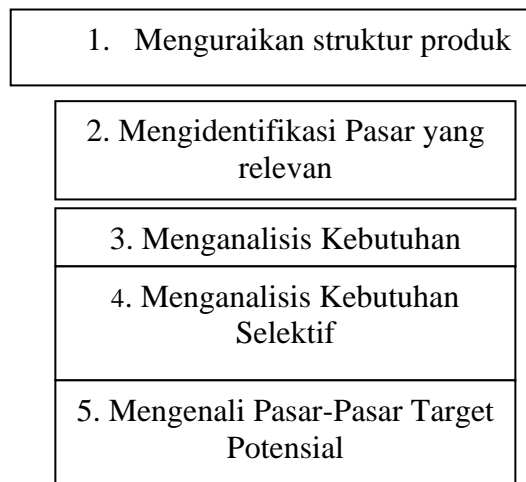
No	Nama Pondok Kuliner Bika
1	Bika Daun Baru
2	Bika Pondok Bambu
3	Bika Koto Baru
4	Bika Tepi Talago
5	Bika Talago
6	Bika Siana Rasa Pisang
7	Bika Siamariana
8	Bika Kayu Tanduak

Dari delapan pondok kuliner bika yang tersebar di sepanjang jalan raya Koto Baru Kecamatan X Koto Kabupaten Tanah Datar terdapat dua pondok bika yang selalu ramai di datangi pembeli yaitu, pondok bika Talago dan pondok bika Simariana. Berdasarkan hasil wawancara sementara peneliti dengan pedagang bika, dalam satu hari mereka bisa menjual  $\pm 1000$  biji bika di hari biasa dan dihari libur jumlah bika yang dijual bisa menjadi dua kalilipat. Sedangkan untuk 4 pondok kuliner bika lainnya hanya akan ramai di kunjungi pembeli di hari libur saja, di hari biasa kadang hanya menjual 300-500 biji, bahkan ada dari salah satu pondok bika yang hanya menjual 50 biji saja dalam satu hari.

Pemerintah Kabupaten Tanah Datar dan pelaku usaha perlu mencermati peluang ini untuk

memperkenalkan kuliner khas Talago Koto Baru kepada wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan asing maupun lokal. Penyebaran informasi yang begitu cepat, membuat perburuan kuliner memang menjadi semakin seru. Hal ini merupakan tantangan bagi pemerintah Kabupaten Tanah Datar dan pelaku usaha dalam melihat peluang dan memanfaatkan kuliner khas Talago Koto Baru menjadi sebagai potensi dalam mendukung wisata kuliner dan sebagai daya tarik wisata Talago Koto baru di Kabupaten Tanah Datar

Untuk mengetahui potensi kuliner di Nagari Koto Baru Penulis berpedoman pada langkah-langkah Analisis Pasar Menurut Joseph P. Guiltinan (1992:57), dimana ada lima langkah dalam menganalisis pasar, yaitu :



**Gambar 1.** Langkah-Langkah Dalam Analisis Pasar

Sedangkan dilihat dari bauran pemasaran (*Marketing Mix*) Menurut Kotler dan Amstrong (2004:78) bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat kelompok variabel yang disebut “empat P”, yaitu:

1. *Produk*/ Produk
2. *Price*/ Harga
3. *Place*/ Tempat
4. *Promotion*/ Promosi

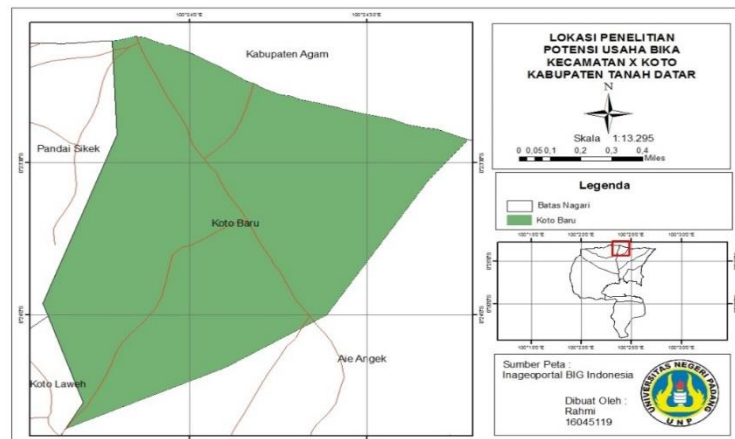
Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Potensi Usaha Kuliner Bika di Nagari Koto Baru Kecamatan X Koto Kabupaten Agam”**

#### **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Nagari Koto Baru Kecamatan X

Koto Kabupaten tanah Datar yang terletak di antara Gunung Singgalang dan gunung Merapi.

Waktu penelitian dilakukan pada rentang waktu bulan Juni tahun 2020. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*MixedMethods*). Subjek Penelitian ini adalah Wali Nagari, Penjual bika dan masyarakat Nagari Koto Baru. Sedangkan sampel penelitian ini adalah Wali Nagari Koto Baru (1 orang), pengunjung (12 orang di bika simariana dan 13 orang di bika talago ) dan masyarakat (5 orang) yang telah menetap minimal 5 tahun Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan Teknik Analisis data yaitu pengumpulan data di lapangan, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.



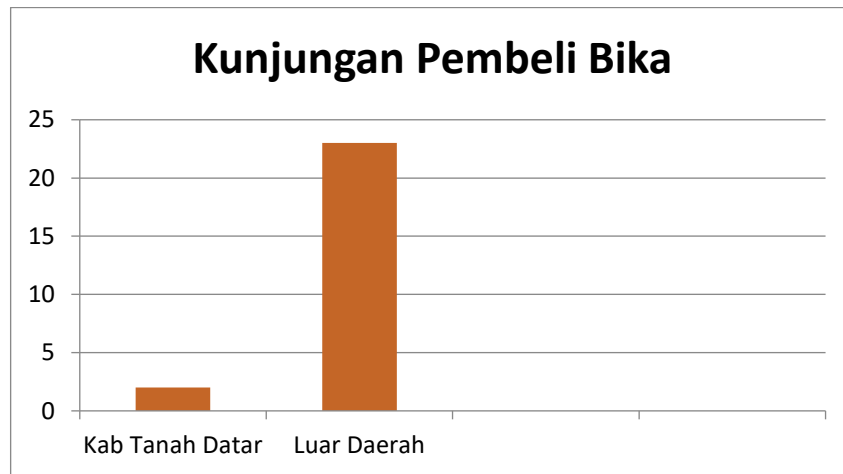
**Gambar 2.** Peta Lokasi Penelitian

Waktu penelitian dilakukan pada rentang waktu bukan Juni tahun 2020. Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi (*MixedMethods*). Subjek Penelitian ini adalah Wali Nagari, Penjual bika dan masyarakat Nagari Koto Baru. Sedangkan sampel penelitian ini adalah Wali Nagari Koto Baru (1 orang), pengunjung (12 orang di bika simariana dan 13 orang di bika talago ) dan masyarakat (5 orang) yang telah menetap minimal 5 tahun Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sedangkan Teknik Analisis data yaitu pengumpulan data di lapangan, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Peminat atau pembeli kuliner bika di Nagari Koto Baru

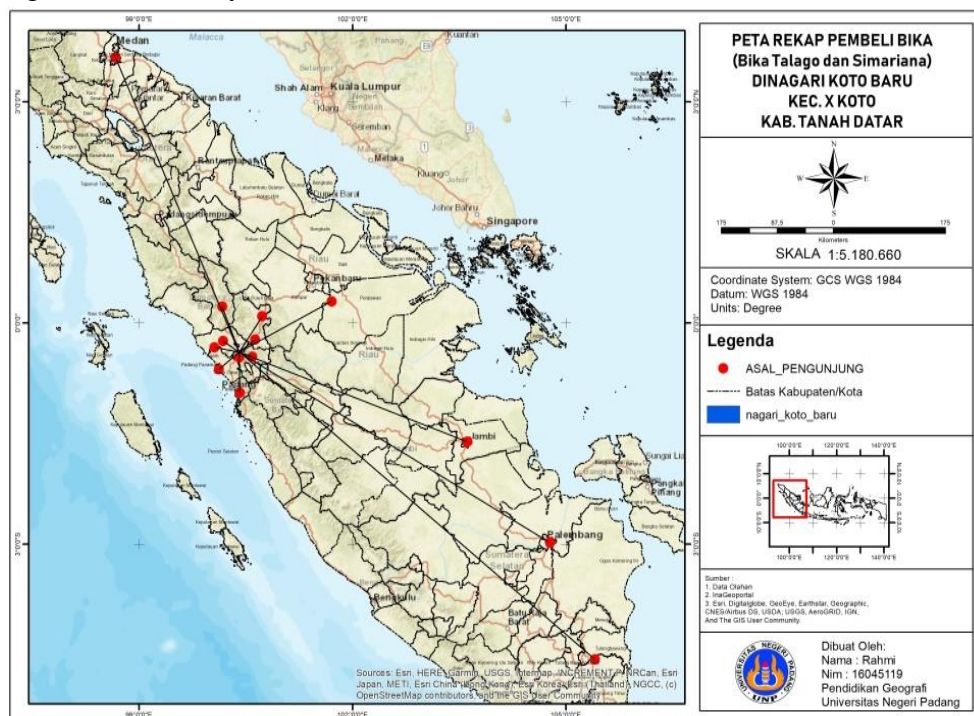
Koto Baru merupakan salah satu daerah yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar yang memiliki makanan tradisional yang masih ada sampai sekarang yaitu bika. Bika ini sudah menjadi makanan tradisional masyarakat sekitaran Koto Baru yang masih ada sampai sekarang. Letak daerah Koto Baru yang berada di jalur lintas Sumatera menjadikan daerah ini mengambil peluang untuk mempertahankan makanan tradisional dengan cara mendirikan pondok-pondok kuliner bika disepanjang jalan raya Koto Baru. Sejalan dengan teori (Putra,et.al,2014) Wisata kuliner adalah suatu aktivitas wisatawan untuk mencari makanan dan minuman yang unik dan mengesankan.



**Gambar 3.** Data Kunjungan Pembeli Bika

Gambar 3 memperlihatkan bahwa informasi peminat atau pembeli bika lebih di dominasi oleh masyarakat luar daerah Koto Baru yaitu 23 orang dari luar daerah dan 2 orang dari masyarakat sekitar

Kabupaten Tanah Datar. Peminat atau pembeli bika ini berasal dari berbagai daerah di Indonesia seperti Pekanbaru, Riau, Medan, Jambi dan masih banyak yang lainnya.



**Gambar 4.** Peta Rekap Pembeli Bika

Seperti terlihat pada gambar 2 dan gambar 4 dari 25 sampel yang penulis temukan dilapangan hanya 2

sampel yang berasal dari daerah Kabupaten Tanah datar 23 sampel lainnya merupakan daerah luar

Kabupaten Tanah datar. Ini menunjukkan bahwa tingkat peminat atau pembeli bika terbanyak berasal dari daerah luar daerah Koto Baru itu sendiri.

Peminat atau pembeli kue bika memilih tertarik mencoba makanan khas Koto Baru ini karena rasa yang lezat serta dekat dari jalan. Rasa khas bika yang terbuat dari campuran bahan dasar tepung dan kelapa ini memberikan rasa yang lezat, selain rasa yang lezat bika ini mempunyai keunikan dalam proses pembuatannya yaitu pada proses pemanggangan dimana kayu yang dijadikan sebagai bahan bakar harus kayu manis.

Dari segi peminat atau pembeli kue bika dapat penulis simpulkan bahwa kuliner bika di Nagari Koto Baru bisa dikatakan berpotensi karena banyaknya peminat atau pembeli bika yang datang berkunjung ke Koto Baru. Peminat atau pembeli bika ini tidak hanya masyarakat sekitar Koto Baru saja melainkan masyarakat luar Koto Baru bahkan masyarakat luar Sumatera Barat, sebelum covid wisatawan Mancanegara juga banyak datang berkunjung ke Nagari Koto Baru untuk menikmati kuliner Bika khas Koto Baru ini.

## **2. Faktor yang mempengaruhi usaha kuliner bika**

### **a. Lokasi**

Pondok bika Simariana dan pondok bika Talago adalah pondok

kuliner bika yang berada di pinggir jalan raya Bukittinggi-padang Koto Baru. Kedua kuliner bika ini sudah berdiri lebih dari 10 tahun, tidak hanya kedua pondok kuliner bika ini saja di sepanjang jalan raya Koto Baru banyak terdapat pondok kuliner bika karena daerah Koto Baru ini terkenal akan kuliner khasnya yaitu Bika. Namun dari segi peminat atau pengunjung setelah dilakukan penelitian peneliti mengambil 2 lokasi bika ini karena selalu ramai dikunjungi oleh pembeli bika.

Sejalan dengan teori Tjiptono lokasi adalah tempat usaha beroperasi atau tempat usaha melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Tjiptono.2006)

Pemilihan lokasi berdirinya suatu usaha akan mempengaruhi risiko dan keuntungan secara menyeluruh, karena lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka panjang maupun jangka menengah perbedaan sukses usaha-usaha dan perbedaan kekuatan atau kelemahan usaha sering karena faktor-faktor lokasi. Dalam segi persaingan, faktor lokasi dapat menjadi faktor kritis yang membuatnya sangat penting, agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah di jangkau.

Dilihat dari segi lokasi kedua pondok kuliner bika sudah bisa

dikatakan strategis dan mudah dijangkau karena letaknya yang berada di pinggir jalur lintas Sumatera. Dengan lokasi yang strategis pemilik kuliner bika bisa mendapatkan keuntungan dalam segi pendapatan karena dengan banyaknya pengunjung atau peminat bika yang datang maka pendapatan akan banyak juga.

Dilihat dari faktor kesesuaian lokasi yang terdiri dari ketersediaan ruang parkir, pondok kuliner bika Siamariana tidak mempunyai ruang parkir yang luas, Karena kurangnya ruang parkir menyebabkan pondok kuliner bika hanya bisa menampung lebih kurang 15 kendaraan mobil pengunjung, jika lebih dari 15 maka kendaraan pengunjung bisa membuat jalanan macet karena lahan parkir yang berada di depan pondok kuliner bika yang menghadap jalan raya. Begitu juga pondok kuliner bika Talago yang tidak mempunyai ruang parkir yang luas namun karena pondok bika Talago yang berada di area Masjid pemilik bika bisa memanfaatkan halaman masjid sebagai lahan parkir pengunjung bika di saat tidak jam shalat.

#### **b. Lingkungan Sekitar**

Talago Koto Baru merupakan sebuah telaga yang terletak di Jorong Subarang, Nagari Koto Baru, Kecamatan X Koto, Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. Dengan jarak  $\pm 8$  km dari Jam Gadang Bukittinggi, lokasi talago ini

tentu tidak bisa dibilang terlalu jauh. Bisa ditempuh  $\pm 30$  menit dari pusat kota Bukittinggi dengan menggunakan kendaraan roda empat dan  $\pm 20$  menit dengan menggunakan sepeda motor.



**Gambar 5.** Talago Koto Baru

Talago Koto Baru ini memiliki daya tarik wisata yang menarik serta dapat menjadi andalan bagi pemerintah dan pengusaha kuliner bika untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan adanya lingkungan sekitar yang menarik maka pengusaha bika bisa mempromosikan kuliner khas daerah Koto Baru ini kepada wisatawan yang datang sehingga jumlah peminat dan pembeli bika bertambah dan meningkat pendapatan pengusaha kuliner bika.

#### **c. Bahan Baku**

Bahan baku adalah bahan mentah yang akan diolah menjadi barang jadi sebagian hasil utama dari hasil perusahaan yang bersangkutan (Indrajit dan Djokopranoto, 2003).

Bahan baku merupakan bahan yang harus diperhitungkan dalam kelangsungan proses produksi.



Banyaknya bahan baku yang tersedia akan menentukan besarnya penggunaan sumber-sumber di dalam perusahaan dan kelancarannya.

Hal ini memperlihatkan bahwa bahan baku merupakan salah satu faktor penting yang dapat memperlancar suatu proses produksi pada sebuah perusahaan

**Tabel 2.** Bahan Baku Bika

No	Bahan Baku	Pondok Bika Simariana	Pondok Bika talago
1	Tepung	Pasar Koto Baru	Pasar Padang Panjang
2	Gula	Pasar Koto Baru	Pasar Padang Panjang
3	Kelapa	Pariman	Pariaman
4	Kayu manis	Singgalang	Malalak
5	Daun pisang	Pariaman	Padang Panjang

Sumber : Wawancara Pemilik Bika

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan bahwa dalam melakukan persediaan bahan baku pemilik bika memilih untuk berlangganan dengan produsen bahan baku yang dibutuhkan. Bahan baku yang digunakan dalam proses pembuatan bika seperti tepung, gula pasir, kelapa, daun dan kayu dibeli oleh pemilik bika dari produsen yang berbeda. Seperti tepung yang dibeli di pasar kepada pemilik warung langganan, kelapa yang dipesan dari Pariman dan kayu yang dipesan dari Malalak.

Dari segi lokasi, lingkungan sekitar dan bahan baku dapat penulis simpulkan bahwa ketiga faktor ini sudah mendukung untuk menjadikan bika sebagai faktor pendukung potensi usaha kuliner bika di Nagari Koto Baru. Lokasi yang berada di pinggir jalan raya Padang-Bukittinggi telah termasuk kedalam lokasi strategis karena selain letaknya yang di Jalur lintas, lokasi pondok kuliner bika ini juga mudah di jangkau dan memiliki akses dan

ruang parkir yang lumayan luas. Sedangkan dari segi lingkungan sekitar, objek wisata Talago menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Nagari Koto Baru sehingga dapat meningkatkan penjualan dan menaikkan omset pengusaha. Kemudian bahan baku yang mudah untuk didapatkan dan pengusaha sudah mempunyai langganan tersendiri dalam menyediakan bahan baku sehingga jika sewaktu-waktu bahan baku habis maka pengusaha kuliner tidak perlu mencari-cari bahan baku hanya tinggal menelpon langganan tersebut.

### **3. Pendapatan Pedangan Bika**

Pendapatan pemilik bika Simariana dan Bika Talago tentu akan dipengaruhi oleh jumlah bika yang terjual dalam satu hari. Baik itu penjualan pada hari biasa yaitu senin, selasa, rabu, Kamis dan jumat maupun pada hari weekend Sabtu dan Minggu serta pada hari-hari libur nasional, tentu hasil pendapatan yang didapatkan oleh pemilik bika akan

berbeda-beda tergantung dengan berapa biji bika yang terjual dan sampai jam berapa pondok bika beroperasi.

Pendapatan adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba. (BN. Marbun. 2003). Untuk di hari biasa bika di pondok Simariana dan Talago

rata-rata bisa terjual kurang lebih 1000 biji perhari, sedangkan di hari weekend dan hari libur penjualan bika akan meningkat 3X lipat dari hari biasanya. Penjualan bika ini akan dipengaruhi oleh pengunjung yang datang membeli.

Berikut adalah tabel pendapatan pemilik bika di hari biasa dan hari libur :

**Tabel 3.** Pendapatan Pemilik Pondok Bika Pada Hari Biasa

NO	Nama Pondok Bika	Jumlah terjual (biji)	Harga	Pendapatan
1	Bika Simariana	± 1000	X 3000	Rp ±3.000.000
2	Bika Talago	± 1000	X 3000	Rp ±3.000.000

Sumber: Hasil wawancara Penulis

Dari penjelasan di atas dapat penulis simpulkan bahwa pendapatan usaha kuliner bika sudah mendapatkan laba jika di hitung dari pemasukan dan pengeluaran per harinya. Pengusaha bika perharinya mengeluarkan modal untuk bahan baku lebih kurang Rp 500.000-600.000 sedangkan untuk biaya karyawan yang berjumlah 5-6 orang mengeluarkan biaya sebesar Rp 350.000-420.000 perharinya. Jika pendapatan Rp 3.000.000 maka sisa pendapatan perhari sudah akan memenuhi modal perhari pengusaha.

#### **4. Analisis Pasar dan Bauran Pemasaran**

##### **a. Analisis Pasar**

Analisis pasar adalah suatu kegiatan penganalisisan atau penyelenggaraan untuk mempelajari berbagai masalah tentang keadaan

pasar. Analisa pasar ini menjadi hal penting yang harus diketahui oleh setiap pemilik usaha dan juga menjadi dasar dan pondasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran.

Berikut lima langkah dalam menganalisis pasar, yaitu :

##### **1) Menguraikan struktur produk pasar**

Dalam usaha kuliner bika, para pemilik bika memiliki berbagai varian rasa bika yang berbeda-beda. Pembuatan varian rasa bika yang berbeda-beda harus disesuaikan dengan permintaan pasar/pembeli. Selain itu varian rasa dibuat agar para pembeli tidak merasa bosan dengan rasa produk bika yang itu-itu saja.

##### **2) Mengidentifikasi pasar yang relevan**

Pasar yang relevan adalah seperangkat produk dan/jasa

yang dipandang oleh manajemen penting secara strategis. Dalam menentukan pasar yang relevan pemilik bika menggunakan batas pasar relevan yang sempit karena saingan kuliner pada daerah Koto Baru hanya Toko songket, bordiran dan sulaman.

Untuk mengidentifikasi pasar yang relevan penulis melakukan wawancara kepada pegunjung yang datang untuk membeli kuliner bika. dari hasil wawancara di lapangan menunjukkan bahwa peminat kuliner bika tidak hanya masyarakat Nagari Koto Baru saja, namun banyak masyarakat dari luar Tanah Datar.

Menurut salah satu responden Benny 25 tahun, ( Pekan Baru ) mengatakan bahwa:

...” saya kalau berkunjung ke bukittinggi selalu singgah ke pondok bika Talago atau Simariana karena rasanya yang unik, harga yang terjangkau serta letaknya yang di tepi jalan sehingga memudahkan saya untuk berhenti, menurut saya jika dibandingkan dengan bika tempat lain bika Nagari Koto Baru ini sudah terkenal dengan rasa yang bervariasi serta proses pembuatannya yang menggunakan kayu manis sehingga rasanya begitu uni...”

Dari wawancara dengan peminat atau pengunjung bika

Simariana dan Bika Talago dapat penulis simpulkan bahwa pengunjung tertarik membeli bika di Nagari Koto Baru khususnya Bika Simariana dan Talago karena rasa yang unik, harga yang terjangkau serta rasa yang bervariasi yang berbeda dengan bika-bika lainnya yang ada di Pariaman, sehingga Kuliner bika dapat dikatakan pasar yang relevan.

### 3) Menganalisis Kebutuhan Primer

Setelah mengetahui pasar relevan, dapat diketahui banyak wisatawan yang tertarik berkunjung ke pondok kuliner bika dari pada toko songket, bordir dan sulaman. Hal ini dikarenakan bika merupakan makanan tradisional yang masih ada sampai sekarang dan memiliki rasa yang lezat serta bisa didapatkan dengan harga yang terjangkau.

### 4) Menganalisis kebutuhan selektif

Dalam hal ini dapat diketahui para wisatawan yang berkunjung tertarik dengan dua nama pondok kuliner bika yaitu bika simariana dan bika talago. Dari hasil penelitian alasan wisatawan banyak berkunjung ke kedua pondok kuliner bika kerana rasanya yang lezat, harga yang terjangkau, pelayanan yang baik dan tempat yang cukup strategis.

5) Mengenali pasar target potensial

Dilihat dari langkah-langkah sebelumnya yang menjadi target potensial adalah kuliner bika. Jika pada pasar relevan terdapat toko songket, bordir dan sulaman namun tidak bisa menjadi potensial karena para wisatawan lebih tertarik membeli songket ke daerah pengrajin songket yaitu di Pandai Sikek.

Setelah melakukan analisis pasar selanjutnya keberhasilan sebuah perusahaan di bidang pemasaran terkait dengan keberhasilannya dalam menentukan produk yang tepat, harga yang layak, dan promosi dilakukan **bauran pemasaran / marketing mix**.

a) **Produk**

Produk merupakan suatu barang atau jasa yang ditawarkan pada konsumen untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pasar. Berdasarkan hasil penelitian, produk yang dihasilkan oleh kedua pondok bika ini memiliki variasi rasa yang berbeda. Pada pondok bika Simariana terdapat varian rasa seperti gula pasir, aren, pandan dan pisang. Sedangkan pada pondok bika Talago memiliki variasi rasa yaitu original, pisang, durian dan nangka.

b) **Price/harga**

Bika menetapkan harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan baik kalangan atas, menengah maupun menengah kebawah, agar produk bika bisa dirasakan oleh semua orang. Harga yang ditawarkan dari satu biji bika yaitu Rp 3.000, tidak ada perbedaan harga dari setiap variasi rasa bika.

c) **Place/Tempat**

Berdasarkan hasil penelitian posisi/letak pondok bika Simariana dan pondok bika talago sudah strategis. Kedua pondok bika ini terletak dipinggir jalan raya, dimana jalan raya ini merupakan jalur penghubung Bukittinggi-Padang sehingga para wisatawan tidak kesulitan menjangkau lokasi ini

d) **Promotion/Promosi**

Promosi merupakan kegiatan yang aktif dilakukan oleh pemilik pondok bika Simariana dan pondok bika Talago. Promosi kuliner bika ini dimulai dengan membuat akun media sosial di Instagram, facebook dan youtube. Selain itu pemilik bika juga memasang papan nama reklame agar para

konsumen tertarik membeli bika.

Dari hasil analisis bauran pemasaran diatas dapat peneliti simpulkan bahwa kedua kuliner pondok bika ini memiliki variasi rasa yang berbeda, penetapan harga yang cukup terjangkau oleh semua kalangan, lokasi pondok bika yang strategis dan mudah dijangkau oleh wisatawan dan tidak memiliki saingan dari segi kuliner lainnya serta pemilik bika sudah melakukan promosi di berbagai media sosial untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

### **KESIMPULAN**

1. Bika di Nagari Koto Baru ini sudah terkenal oleh masyarakat luar, karena kebanyakan peminat atau pembeli bika ini adalah masyarakat luar Koto Baru. Bika tersebut dapat menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke Nagari Koto Baru untuk menikmati wisata kuliner
2. Dari segi lokasi, lingkungan sekitar dan bahan baku dapat penulis simpulkan bahwa ketiga faktor ini sudah mendukung untuk menjadikan bika sebagai faktor pendukung potensi usaha kuliner bika di Nagari Koto Baru.
3. Pendapatan usaha kuliner bika sudah mendapatkan laba jika di

hitung dari pemasukan dan pengeluaran per harinya. Pengusaha bika perharinya mengeluarkan modal untuk bahan baku lebih kurang Rp 500.000-600.000 sedangkan untuk biaya karyawan yang berjumlah 5-6 orang mengeluarkan biaya sebesar Rp 350.000-420.000 perharinya. Jika pendapatan Rp 3.000.000 maka sisa pendapatan perhari sudah akan memenuhi modal perhari pengusaha.

4. Sedangkan dari hasil bauran pemarkan 4P kedua pondok kuliner bika ini sudah memiliki produk dengan rasa yang bervariasi, harga yang terjangkau, tempat yang strategis, dan proses promosi yang sudah mengikuti perkembangan zaman

### **SARAN**

Penulis mencoba memberikan saran yaitu agar pemerintah, masyarakat dan pemilik usaha kuliner bika bisa bekerja sama dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Nagari Koto Baru dengan cara bergotong royong membersihkan talago Koto Baru agar talago ini semakin menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Pusat Statistik (2018). Kabupaten Tanah Datar dalam angka 2018. Tanah Datar : 2018.

- Besra Eri. 2012. *Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang*. Jurnal Riset Akutansi. Vol . 12, No. 2.
- BN. Marbun. 2003. *Kamus Manajemen* . Jakarta. Pustaka Sinar Harapan.
- Chambers-Essential English Dictionary. Chambers Harrap Publishers Ltd. : 1995.
- Guiltinan P. Joseph, Paul W. Gordon. 1992. *Pemasaran*. Jakarta. P.T. Gelora Aksara Pratama.
- I Nyoman Tri Sutaguna. 2017. *Pengembangan Pengolahan TAPE Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Di Desa Wisata Bongkasa Pertiwi Abiansemal Bandung*. *Jurnal Analisis Pariwisata*. Vol. 17, No 1.
- Tjiptono, F. (2007). *Pemasran Jasa*. Malang. Bayumedia Publishing
- Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009. Tentang Kepariwisataan .
- Warpani, P. Suwardjoko. 2007. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah*. Bandung : ITB.
- Yoeti, A. Oka. 2008. *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta : PT Kompas Media Nusantara