

# Peranan Dan Implementasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Corndog.An Untuk Meningkatkan Jangkauan Atau Impresi

Putri Widiyanti Nanda <sup>a,1,\*</sup> Suprayitno <sup>a,2</sup> Syahril Yoppi <sup>b,3</sup>

<sup>a</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, Indonesia

<sup>b</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Veteran Bangun Nusantara Sukoharjo, Indonesia

<sup>1</sup> putrynanda154@gmail.com \*; <sup>2</sup> suprayitno29@yahoo.co.id; <sup>3</sup> ysyahril@gmail.com

\* corresponding author: putrynanda154@gmail.com

## ARTICLE INFO

### Article history

Received : January, 2023

Revised : March, 2023

Accepted : March, 2023

### Keywords

Digital Marketing, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.

## ABSTRACT

Digital marketing is one of the marketing strategies that utilize the internet and information technology to increase reach or impressions. Digital marketing can be said to be able to help suppliers establish relationships with customers to increase a sense of customer loyalty. Digital marketing is often used by several companies. In addition, digital marketing has Another factor that influences customer loyalty is customer satisfaction. Therefore maintaining old customers is maintaining customer loyalty or a sense of trust. An era that is growing rapidly than from that the "Corndog.an" business uses digital marketing as a marketing medium.

## A. Pendahuluan

Corndog adalah makanan atau jajanan yang termasuk *Korean Street Food*, Corndogan adalah makanan yang terdiri dari beberapa bahan yaitu tepung, sosis, keju mozzarella, kentang, coklat, greentea dan saus Keju *mozzarella* yang lumer itulah yang menjadikan daya Tarik sendiri bagi customer dan selain itu banyak macam varian yang dapat memenuhi rasa keinginan customer.

Pada tahun 1927 corndog diajukan ke Kantor Paten Amerika Serikat, dan semenjak pada saat itu, corndog menjadi sangat populer di berbagai acara seperti festival daerah. Selain itu makanan ini telah disajikan di berbagai macam tempat dari makanan siang sekolah sampai kapal militer seperti USS *George Wasingthon*. Karena sering adanya festival daerah corndog makin dikenal sehingga masuk ke kota-kota lain. lalu puncaknya terjadi pada tahun 2008 yang menjadikan puncaknya dengan hamper 5000 pesta berbeda di 5 benua termasuk salah satunya Indonesia.

Hingga pada hari ini mungkin makanan Corndog ini sudah cukup dikenal oleh masyarakat Indonesia. karena banyaknya yang cukup mengerti dan tau jenis makanan ini maka banyak pula yang menjadi *competitor* dari bisnis ini. Maka dari itu perlu adanya peran *Digital Marketing* sebagai media pemasaran karena dapat memberikan informasi kepada pelanggan atau customer bagaimana keunggulan produk kami dibandingkan dengan kompetitor lain, mampu mempermudah akses komunikasi antara pembeli dan penjual, dapat juga mempermudah pembayaran serta selain itu mampu menambah impresi atau jangkauan sehingga dapat memudahkan customer menemukan toko/bisnis "Corndog.an" Maka dari itu *Digital Marketing* dapat menjadi media pemasaran bisnis kuliner atau contohnya pada "Corndog.an" karena seiringnya jaman yang makin maju dan canggih serta *modern* keefesiensianpun mulai terpenuhi.

## B. Kajian Literatur

Digital marketing menjadi media pemasaran dalam bisnis kuliner Bernama “ Corndog.an” sebelum itu bahan-bahan yang perlu disiapkan adalah yang pertama harus memiliki akun social media seperti *Tiktok* dan *Instagram* agar mampu meningkatkan jangkauan atau impresi calon customer , lalu yang kedua diharuskan memiliki foto atau video produk lalu diedit semenarik mungkin, ketiga harus memiliki *grabfood*, *gofood*, ataupun lainnya dengan syarat harus memiliki ktp pemilik bisnis serta foto produk agar dapat mempermudah para customer yang ingin membeli produk dari “ Corndog.an”.

## C. Metode

Metode yang digunakan untuk memanfaatkan digital marketing pada bisnis “Corndog.an” melalui aplikasi Gojek meliputi berikut:

### Tahap Kegiatan

Beberapa persiapan sebelum memulai digital marketing dengan media aplikasi Gojek. Pemilik usaha “Corndog.an” menyiapkan beberapa hal seperti, foto produk yang dibuat semenarik mungkin dari segi bentuk produk, penyajian atau plating serta hal-hal lain yang mempengaruhi tampilan produk. Selain foto produk, untuk mendaftar sebagai mitra Gojek syarat lain yang perlu dipersiapkan adalah titik jemput. Pembuatan titik jemput bisa menggunakan *Google maps*, biasanya memerlukan 2-3 hari. Syarat yang lain yaitu, *e-mail* khusus bisnis, KTP pemilik bisnis, nomor *handphone*, nomor rekening bank untuk pencairan dana.

### Manfaat Digital Marketing sebagai media pemasaran

*Digital Marketing* dapat menjadi media pemasaran pada bisnis kuliner atau khususnya pada bisnis kuliner “ Corndog.an” *Digital Marketing* dapat menjadi media pemasaran pada bisnis kuliner atau khususnya pada bisnis kuliner “ Corndog.an” karena *Digital Marketing* dapat Memudahkan Pelanggan Menemukan Bisnis dengan waktu yang lebih cepat, karena perkembangan teknologi yang semakin baik dan canggih dapat memudahkan customer menemukan bisnis kuliner. Apabila lokasi usaha mau di pinggir kota atau tengah kota akan tetap dengan mudah di temukan jika menerapkan digital marketing sebagai media pemasaran. Jika menerapkan digital marketing jangkauan cukup luas, karena apabila hanya memakai marketing konvensional biaya yang dikeluarkan tidak begitu relevan karena terlalu banyak memakan waktu dan biaya. Apabila memakai digital marketing sebagai media pemasaran mempromosikan bisnis tak hanya membutuhkan waktu yang singkat tetapi juga dapat 24jam dalam sehari mempromosikannya dapat juga melakukan transaksi secara online dan tentunya dapat lebih terukur juga. apabila memakai digital marketing dapat memudahkan customer mendapat informasi tak hanya nama toko atau alamat tetapi produk apa saja yang dijual di toko tersebut, mulai dari produk apa saja yang dijual varian apa saja yang dijual dalam toko, bahkan hingga daftar harga produk yang dijual dalam toko karena perkembangan zaman digital marketing juga semakin pesat perkembangannya dari platform-platform, toko online hingga social media seperti contohnya toko online seperti *Grabfood*, *Gofood*, *shopee food* yang fokus pada toko kuliner online , *shopee* , *Tokopedia* , bukalapak sebagai toko online , hingga social media seperti *Instagram* , *tiktok* , *facebook* yang lumayan luas juga jangkauannya dari dalam negeri hingga samapai luar negeri.

## D. Hasil dan Diskusi

### Pembuatan Produk Corndog.

Proses pembuatan corndog tidak memerlukan waktu yang cukup lama dan hanya membutuhkan alat yang sedikit jadi tidak terlalu ribet dalam pembuatannya. Alat yang digunakan dalam pembuatan corndog yaitu kompor, panci, minyak, spatula, penjepit kue. Untuk bahan-bahan yang diperlukan dalam pembuatan corndog yaitu tepung terigu, air, susu, telur, baking powder gula pasir, sosis, keju serta selai coklat green tea dan lain-lain sebagai tambahan topping.

Proses yang diperlukan dalam pembuatan corndog ini adalah pertama-tama tusuk sosis dan keju mozzarella memakasi tusuk sate lalu setelah itu dapat dibaluri dengan tepung panir secukupnya , lalu panaskan minyak dan masukan sosis dan keju kedalam setelah itu goreng hingga matang.apabila sudah berwarna keemasan dapat diangkat ditiriskan , tunggu sekitar 1-2 menit agar tidak terlalu panas dan setelah itu dapat dibaluri coklat atau selai lain sebagai tambahan topping sesuai keinginan customer atau sesuai pesanan, setelah itu packing menggunakan box yang bagus dan menarik.Di “Corndog.an” menggunakan packing mika transparan dengan alasan agar dapat dilihat dari luar dan tentunya lebih menarik. Di “Corndoga.an” memiliki beberapa varian rasa atau topping mulai dari original , sosis keju mozzarella , sosis kentang , sosis mie , sosis kentang mozarella , topping selai coklat dengan keju mozarella , topping selai greentea dengan keju mozarella,topping selai tiramisu dengan keju mozarella , serta topping selai taro dengan keju mozarella.kami menyediakan berbagai banyak varian karena permintaan dari pembeli , makan dari itu customer cukup banyak yang tertarik kepada bisnis “Corndoga.an” karena mengutamakan kepuasan pelanggan.

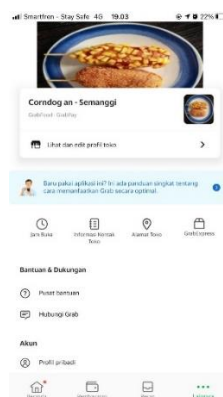
### Implementasi Digital Marketing di “Corndog.an”

Peranan digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner berdampak cukup baik untuk bisnis khususnya pada “Corndoga.an”. dalam memulai digital marketing dapat diawali dengan membuat Foto Produk dan video yang menarik satu persatu dari produk yang dimiliki karena hal ini dapat menarik minat calon customer untuk membeli produk,karena ada beberapa orang berkata makanan dan minuman itu paling pertama dicicipi itu adalah melalui mata.



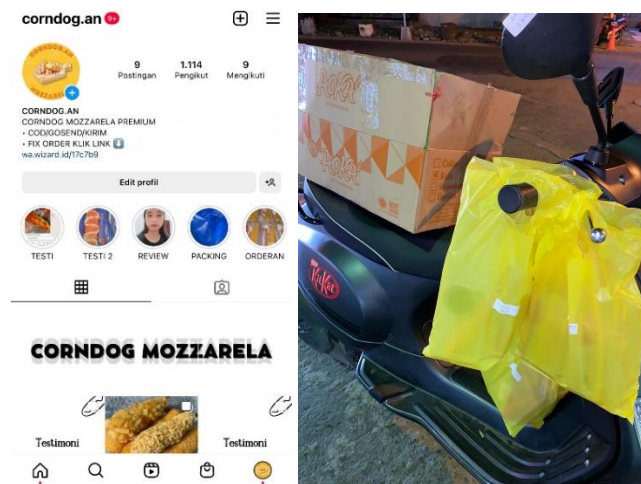
Gambar 1. produk Corndog

Setelah itu dapat membuat toko online seperti Grabfood,Gofood,ShopeeFood dalam hal ini “Corndog.an” sudah membuat Toko online yaitu Grab food karena banyaknya permintaan dari customer selain itu juga dapat memudahkan pembeli menemukan toko serta dapat memudahkan pembeli untuk order produk.



Gambar 2. Toko online Corndog.an

Social media adalah salah satu platform dalam digital marketing maka dari itu “Corndog.an” juga membuat instagram yaitu @Corndog.an dengan harapan memiliki tujuan untuk menambah jangkauan atau impresi calon customer untuk mengetahui informasi dari toko dari segi alamatnya dimana, produk apa saja yang dijual bahkan seberapa banyak customer yang meminati produk dari toko tersebut. karena dipercaya bahwa social media memiliki jangkauan yang cukup luas mulai dari masyarakat sekitar dari dalam negeri bahkan hingga sampai keluar negeri. Tidak seperti grab food atau shopeefood yang jangkauannya hanya pengguna sekitar. tidak hanya melalui Instagram “Corndog.an” dipromosikan melalui whatsapp dengan menggunakan whatsapp ini dapat meningkatkan tingkat orderan karena “Corndog.an” Melayani sistem COD (diantar langsung) Pada tanggal 6 December 2022 “Corndog.an” mendapat kurang lebih 30pcs orderan dengan sistem COD (diantar langsung) maka dari itu dapat menaikkan minat pembeli serta dapat menjaga kehangatan produk karena hal ini dapat mempengaruhi bagaimana rasa produk.



Gambar 3. Social media Corndog.an (Kiri) Gambar 4. Total orderan sebelum COD (kanan)

Selain membuat foto produk toko online serta social media. “Corndog.an” memiliki strategi yaitu mengikut berbagai macam expo seperti contohnya pada tanggal 13 December 2022 “Corndog.an” mengikuti acara Expo yang diadakan di kampus Universitas Slamet Riyadi Surakarta serta diikuti oleh ratusan peserta dan beberapa competitor lain.



Gambar 5. Mengikuti kegiatan Expo DI Universitas Slamet Riyadi Surakarta

## E. Simpulan

Setiap harinya “Corndog.an” Selalu melakukan pencatatan atau rekapan tiap bulannya,serta setiap akhir bulan selalu memberikan kelonggaran bagi customer untuk memberikan kritik dan saran. Maka dari itu “Corndog.an” dapat mengisi kekurangan yang mmasih belum terpenuhi untuk pelanggan.

Selain itu dalam toko online terdapat rating untuk memberikan penilaian bagaimana kekurangan kelebihan dari bisnis ini sehingga dapat mengurangi kekurangan dan mengembangkan bisnis ini. Selain itu juga dalam social media seperti Instagram dan tiktok terdapt fitur insight sehingga kami seagai owner social media tersebut dapat mngetahui apa yang banyak diminati oleh calon customer dan apa yang kurang di minati.

Peranan digital marketing dalam eksistensi bisnis kuliner dapat terwujud dengan baik karena dengan menggunakan media serta teknnologi yang maju maka dapat memudahkan pula untuk customer menemukan toko serta memudahkan customer melakukan order atau pembayaran. Dalam usaha kuliner bernama Corndog.an , pemilik usaha telah mengupayakan digital marketing sebagai media pemasaran dalam bisnisnya. Menggunakan digital marketing sebagai media pemasaran dalam bisnis adalah salah satu cara untuk memperbesar jangkauan atau impresi dalam bisnis ini karena setelah cita rasa produk yang sangat berpengaruh dalam bisnis adalah impresi atau jangkauan.

## Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada Tim PPKM-MBKM Kewirausahaan Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang telah memberikan kepercayaan dan pendanaan demi terlaksananya program PPKM-MBKM Kewirausahaan. Terima kasih kepada dosen pembimbing lapang yang telah banyak memberikan saran dan masukan sehingga kegiatan PPKM-MBKM Kewirausahaan dapat berjalan dengan lancar.

## F. Daftar Pustaka

- A. Abdul Brosekhan, et al. (2015). Consumer Buying Behaviour – A Literature Review. IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM),
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson. (2007). Consumer Behavior and Marketing Strategy. Jilid1. 8. United States: McGraw Hill Higher Education.
- Sarwono, Jonathan dan Lubis, Hary. 2007. Metode Riset untuk Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Admin Marketing.co.id (2016). Konsumen Baru yang Mengubah Gaya Pemasaran. Retrieved from <http://www.marketing.co.id/konsumen-baru-yang-mengubah-gaya-pemasaran>. Diakses tanggal 10 Oktober 2016
- Sagita, Maharani (2016). Harga Menu Seblak Jeletet Murni Pademangan Alamat Lengkap Nomor Telepon. Retrieved from <http://www.kuliner mama.com/404/harga-menu-seblak-jeletet-murni-pademangan-alamat-lengkap-nomor-telepon.html>. Diakses tanggal 10 Oktober 2016.