

## Strategi Pemasaran Dan Manajemen Operasional Pada Bisnis Jualan Corn Dog

*Adelia Priscila Ritonga<sup>1</sup>, Sa'idatul Hasanah<sup>2</sup>*

*Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia*

*[1adeliapriscilaritonga@gmail.com](mailto:1adeliapriscilaritonga@gmail.com), [2saidatulhasanah128@gmail.com](mailto:2saidatulhasanah128@gmail.com)*

**Abstract:** *Corndog is a South Korean snack made from sausage and mozzarella cheese wrapped in flour and commeal batter, then deep-fried. It is increasingly popular in Indonesia, especially among children and teenagers. The fast food market continues to grow, and corndogs have a special appeal due to their unique flavor and presentation. With a wide target market, ranging from children to adults, the sales potential of corndogs is quite large. The corndog business can be an innovative business opportunity that has a wide and clear target market. Despite the popularity of corndogs, competition in the fast food industry remains high. In the face of competition, innovation in taste, presentation and marketing strategies can be the key to success. This research is a type of field research (field research) this research was conducted on Jl. Tempuling Kec. Medan Tembung. Medan City, North Sumatra. Data collection methods used by researchers include: observation and interviews.*

**Keywords:** *Business Opportunities, Innovation, Marketing, Management*

**Abstrak:** *Corndog merupakan jajanan khas Korea Selatan yang terbuat dari sosis dan keju mozzarella yang dibalut adonan tepung dan tepung jagung, lalu digoreng. Makanan ini semakin populer di Indonesia, terutama di kalangan anak-anak dan remaja. Pasar makanan cepat saji terus berkembang dan corndog memiliki daya tarik khusus karena keunikan rasa dan presentasinya. Dengan target pasar yang luas, mulai dari anak-anak hingga dewasa, potensi penjualan corndog cukup besar. Bisnis corndog dapat menjadi peluang usaha inovasi yang mempunyai target pasar luas dan cukup ielas. Meskipun corndog populer, persaingan dalam industri makanan cepat saji tetap tinggi. Dalam menghadapi persaingan, inovasi dalam rasa, presentasi, dan strategi pemasaran dapat menjadi kunci keberhasilan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) penelitian ini dilakukan di Jl. Tempuling Kec. Medan Tembung. Kota Medan, Sumatera Utara. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain: observasi dan wawancara.*

**Kata kunci:** *peluang usaha, inovasi, pemasaran, manajemen*

### Pendahuluan

Makanan cepat saji atau fast food juga dikenal, masyarakat dengan istilah junk food, makanan ini populer dengan penyajiannya yang cepat, tersedia secara luas, mudah dapat dan memiliki cita rasa yang sangat enak. Saat ini banyak masyarakat di daerah perkotaan maupun negara lain mengkonsumsi makanan cepat saji salah satunya disebabkan oleh kesibukan dan aktivitas sosial yang tinggi masyarakat kota sehingga konsumsi makanan serba sepat dan instan adalah alternatif yang baik baginya untuk menghemat waktu (Mulyani, Sudiartini, and Sariani 2020).

Budaya yang berasal dari negara Korea Selatan, Korean Wave, yang sudah tidak asing di telinga merupakan budaya yang terkenal dihasilkan dari globalisasi Industri hiburan juga berperan dalam penyebaran Korean Wave. Dimulai dengan drama Korea, Korean Wave terkenal tidak hanya di negara-negara Asia tetapi juga di Amerika Serikat dan negara-negara lain. Drama Korea pertama kali dikenal dan secara keseluruhan beberapa waktu sebelum musik, desain, makanan, dan lainnya.

Salah satu faktor keberhasilan budaya Korea adalah dengan pesatnya kemajuan teknologi. Selain K-Drama dan acara televisi Korea, musik yang dikenal juga dengan K-Pop, K-Style, K-Beauty, K-Food, dan lain sebagainya, semuanya termasuk dalam Korean Wave. Indonesia termasuk sebagai salah satu negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak (Adi, 2019:2).

Banyak budaya masyarakat Indonesia yang terinfluence dari budaya luar salah satunya budaya Korea. Bukan hanya dari segi gaya hidup, namun merambah sampai ke kuliner atau yang sering disebut dengan Korean food. Jika kita melihat dari sisi lainnya, Korea dengan sejarah panjangnya dapat memperkenalkan budaya mereka di zaman modern ini. Korea Selatan berhasil menyebarkan budaya mereka dari berbagai macam platform. Seperti, K-drama, K-Series, K-pop, dan sebagainya.

Untuk kamu yang merupakan penggemar drama Korea tentu sudah tidak asing dengan kudapan bernama corn dog. Ini adalah salah satu jajanan khas Korea Selatan yang terbuat dari sosis dan keju mozzarella yang dibalut adonan tepung dan tepung jagung, lalu digoreng. Corn dog semakin melejit karena drama Start-Up. Makanan ini berhasil jadi perbincangan berkat dua tokoh yakni Nam Do-san dan Han Ji-pyeong, Corn dog merupakan perpaduan hotdog dan cheese stick yang dilumuri tepung beras manis lalu digoreng dengan sejumlah topping dan saus. Corn dog adalah salah satu jajanan khas Korea Selatan yang mengombinasikan sosis dengan adonan tepung tebal. Sebelum digoreng, corn dog juga dilapisi tepung jagung kasar. Variasi lainnya adalah corn dog dilapisi kentang goreng. Corn dog sekarang banyak macamnya, tak hanya isian sosis namun juga keju mozzarella.

Di AS, corn dog saat ini sudah menjadi makanan ringan yang sangat merakyat dan keran dijual di vendor pinggir jalan ataupun di acara-acara festival. Salah satu variasinya yang terkenal adalah corn dog isi keju yang menggunakan melted cheese di antara sosis, dan adonan tepung jagung. Sama seperti banyak unsur kebudayaan lain, jajanan corn dog yang berasal dari AS juga diadopsi di Korea Selatan dan sangat populer di sana. Akan tetapi, corn dog Korea

memiliki ciri khas sendiri karena sosis yang dimasak tidak dilumuri tepung jagung. Di Korea, para penjual, corndog menggunakan adonan yang terbuat dari tepung dan air. Mereka juga menggunakan topping seperti kentang, mi ramen, atau bahan lainnya. Kesamaan Korean corndog dan American corn dog dari AS yakni pada cara penyajian yang sama-sama menggunakan stick dan saus atau mustard sebagai pelengkap ensional.

Tidak hanya di Korea, corndog kini banyak dijual di Negara lain, termasuk Indonesia. Banyak penjual makanan mengambil kesempatan dengan ikut menjual corndog termasuk di Sumatera Utara. Maka dari itu peneliti memilih usaha corndog ini sebagai bahan penelitian

### **Kajian Pustaka**

Rangkuti (2017:101) menyatakan bahwa "pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial, budaya, politik, ekonomi, dan manajemen." Akibat dari pengaruh berbagai faktor tersebut, setiap individu dan kelompok memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka dengan membuat, menyediakan, dan menukarkan barang yang memiliki nilai komoditas.

Strategi pemasaran adalah sekumpulan tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memandu usaha pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu, pada semua tingkatan dan acuan serta alokasi, terutama respons perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang selalu berubah," kata Assauri (2013:15).

Berdasarkan definisi ini, penulis dapat mengatakan bahwa strategi pemasaran digunakan untuk menemukan kebutuhan dan kebutuhan pelanggan yang belum dipenuhi, mengukur dan menghitung besaran pasar dan potensi keuntungan, mengidentifikasi dan menentukan segmen pasar untuk memenuhi dan merancang, meningkatkan, dan memasarkan produk yang sesuai. Konsep pemasaran mengatakan bahwa perusahaan hanya dapat mencapai tujuan mereka jika mereka dapat memuaskan pelanggannya. Kepuasan pelanggan terjadi ketika keinginan pelanggan telah dipenuhi melalui aktivitas pemasaran yang terpadu. Oleh karena itu, ada banyak aspek penting dari konsep pemasaran, termasuk berfokus pada kebutuhan pelanggan, rasa puas pelanggan, aktivitas pemasaran yang terpadu, dan tujuan perusahaan.

Menurut Wijaya (2011: 92), "Penjualan adalah sebuah transaksi pendapatan barang atau jasa yang dikirim pelanggan untuk imbalan kas suatu kewajiban untuk membayar". Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa penjualan adalah suatu kegiatan dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk bertransaksi, saling mempengaruhi, dan bertujuan untuk menukarkan

barang atau jasa dengan uang. Penjualan adalah tujuan dari pemasaran, artinya perusahaan melalui departemen pemasaran termasuk tenaga penjualnya (*sales force*) akan berusaha melakukan kegiatan penjualan atau mendistribusikan produk hasil produksi.

### **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) penelitian ini dilakukan di Jl. Tempuling Kec. Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti antara lain : observasi dan wawancara.

### **Hasil Penelitian**

Strategi pemasaran adalah seperangkat tujuan, asumsi, kebijakan dan prinsip yang memandu kegiatan pemasaran suatu perusahaan dari waktu ke waktu pada semua tingkatan, serta acuan parameter dan alokasinya, terutama yang respons perusahaan terhadap lingkungan dan kondisi persaingan yang terus berubah (Musyawarah and Idayanti 2022). Berdasarkan definisi ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa menemukan kebutuhan dan persyaratan pelanggan yang belum terpenuhi, mengukur dan menghitung ukuran pasar dan potensi keuntungan, mengidentifikasi dan menentukan segmen pasar yang ingin dipenuhi, dan merancang, meningkatkan, dan memasarkan produk yang tepat dianggap strategis disebut pemasaran.

Manajemen operasi adalah proses pengorganisasian atau membantu perusahaan melakukan perbaikan yang kemudian dapat digunakan untuk meningkatkan penyampaian layanan pelanggan dan upaya pengurangan biaya. Manajemen operasi juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan mengelola dan mengkoordinasikan penggunaan berbagai sumber daya secara efektif dan efisien untuk menghasilkan produk atau meningkatkan kegunaannya dalam pemilihan dan desain produk, proses dan peralatan; Memilih lokasi perusahaan dan unit produksinya, merancang tata letak, merancang tugas dan pekerjaan; dan penyusunan strategi produksi dan pemilihan kapasitas produksi. (Mariani 2022)

### **Pembahasan**

Corndog merupakan jajanan khas Korea Selatan 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 (Asih et al., 2023; Nanda et al., 2023).

Saat ini, corndog sedang menjadi favorit di kalangan pecinta kuliner yang sedang tren (Andayani et al., 2022). Produk corndog memang sangat diminati bagi kalangan anak-anak hingga remaja, akan tetapi jajanan kekinian ini mengandung lemak yang cukup tinggi karena terbuat dari sosis sapi atau pun sosis ayam.

Pasar makanan cepat saji terus berkembang, dan corndog memiliki daya tarik khusus karena keunikan rasa dan presentasinya. Dengan target pasar yang luas, mulai dari anak-anak hingga dewasa, potensi penjualan corndog cukup besar. Bisnis corndog dapat menjadi peluang usaha inovasi yang mempunyai target pasar luas dan cukup jelas. Meskipun corndog populer, persaingan dalam industri makanan cepat saji tetap tinggi. Dalam menghadapi persaingan, inovasi dalam rasa, presentasi, dan strategi pemasaran dapat menjadi kunci keberhasilan. Pembuatan merek yang kuat dengan logo dan desain kemasan yang menarik dapat membantu membedakan usaha corndog dari pesaing.

Nama yang mudah diingat dan menarik perhatian konsumen juga penting untuk membangun brand awareness. Memanfaatkan media sosial dan platform pemasaran digital lainnya dapat membantu mencapai target pasar secara efektif. Penggunaan foto dan video menarik corndog dapat meningkatkan daya tarik visual produk. Kualitas sosis dan adonan jagung sangat penting. Menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi akan memberikan rasa yang lezat dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Memiliki standar produksi yang ketat untuk memastikan konsistensi rasa dan kualitas produk sangat diperlukan. Pelatihan karyawan juga penting agar mereka mengikuti prosedur dengan benar. Menentukan harga jual yang bersaing namun masih memberikan margin keuntungan yang memadai adalah kunci keberlanjutan usaha. Harga yang dijual bervariasi mulai dari Rp.5000,00 – Rp.15.000,00.

Usaha corndog memiliki potensi besar, tetapi kesuksesan bergantung pada pemahaman pasar, strategi pemasaran yang efektif, kualitas produk yang baik, dan manajemen keuangan yang bijak. Dengan pendekatan yang tepat, usaha ini dapat menjadi peluang bisnis yang menguntungkan.

## **Kesimpulan**

Kesimpulan yang didapat pada aspek usaha corndog, yang mana masyarakat sekarang sangat membutuhkan inovasi suatu produk. Bisnis corndog dapat menjadi peluang usaha inovasi yang mempunyai target pasar luas dan cukup jelas. Dengan

beberapa langkah promosi, meneliti pesaing yang menciptakan produk yang sama, jaringan yang luas, serta didukung dengan produk yang mempunyai kepuasan dan ciri khas, maka dapat dipastikan bisnis ini layak dan jelas akan kelangsungan dan perkembangan bisnis ke depannya. Keuntungan yang tidak mengecewakan bagi bisnis seperti ini akan memberi jaminan bagi kelangsungan usaha dan tenaga kerja. Dengan beberapa perkiraan diatas, maka dapat dipastikan juga perluasan dan perkembangan bisnis ini akan mudah terealisasikan. Dalam cara menjalankannya pun terlihat tidak terlalu sulit, sehingga proses penjualannya pun tidak terlalu memakan waktu terlalu banyak. Setelah itu, modal yang diperlukan untuk menjalankan usaha Corndog ini pun tidak terlalu banyak. Bila ingin memulai bisnis online jangan takut. Bisnis online tidak terlalu banyak mengambil resiko karna tidak memerlukan tempat untuk memulai usaha. Anda hanya membutuhkan biaya untuk menjalankan saja, seperti internet.

#### Daftar Pustaka

- Andayani, N., Wahyuni, S., & Suhairi. (2022). Analisis Studi Kelayakan Bisnis UMKM di Bidang Pangan pada Usaha Corn Dog Mozzarella dan Sosis. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 2(2), 143–149. <https://doi.org/47467/visa.v2i2.962>
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers. Basu Swastha dan T.Hani Handoko. 2015. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta BPFE.
- Asih, R. N., Rizki, I., Sejati, H., Kholik, A., & Khanifah, N. U. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Masyarakat Melalui Pengolahan Makanan Tradisional Jemblem dan Makanan Modern Corn Dog di Desa Wonoroto. *Varia Humanika*, 4(1), 59–64. <https://doi.org/10.15294/VH.V4I1.64063>
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*. Cetakan ke-23. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Mariani. 2022. "Manajemen Operasional Pada Proses Produksi Perusahaan." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(1): 14.
- Mulyani, Putu Ari, Ni Wayan Sudiartini, and Ni Luh Putu Sariyani. 2020. "Perilaku Masyarakat Kota Denpasar Dalam Mengonsumsi Makanan Cepat Saji (Fast Food)." *JUMA: Jurnal Ilmu Manajemen* 10(2): 91–103.
- Musyawah, Irdha Yanti, and Desi Idayanti. 2022. "Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas Di Kecamatan Mamuju." *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen* 1(1): 1–13.
- Nanda, P. W., Suprayitno, & Yoppi, S. (2023). Peranan Dan Implementasi Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Corndog.An Untuk Meningkatkan Jangkauan. *Society*
- Wijaya, Tony, 2011, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta, Salemba Empat