

Abstrak

Nuris Shafa Putra Hamzah, 2024, *Implementasi Strategi Pemasaran Burger Bangor Pamekasan Melalui Aplikasi Gojek*, Program Studi Tadris Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Tarbiyah, IAIN Madura, Pembimbing: Siti Azizah, M.Pd.

Kata Kunci: Strategi, Pemasaran dan Aplikasi Gojek

Menghadapi perkembangan di era digital saat ini yang semakin pesat setiap perusahaan harus mampu bersaing secara global. Hal ini merupakan tantangan tersendiri bagi perusahaan, termasuk sebuah perusahaan PT. Go-jek Indonesia sebagai salah satu perusahaan dan aplikasi yang berkembang saat ini untuk mampu berkompetisi memberikan yang terbaik bagi konsumennya, jasa transportasi saat ini di rasa sebagai saran yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat. Penerapan teknologi bisnis Gojek menjadi salah satu faktor penting untuk membantu keberhasilan dalam menjalankan kegiatan usaha apapun baik dari segi pengelolaan data, pelayanan dan khususnya pemasaran dapat menjangkau yang tidak dapat terjangkau, serta dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Terdapat dua fokus dalam penelitian ini, pertama Bagaimana implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui Aplikasi Gojek; kedua, apa saja kendala implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui Aplikasi Gojek.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian deskriptif. Informennya adalah Owner Outlet Burger Bangor Pamekasan, beberapa karyawan, konsumen dan beberapa driver Gojek. Metode pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengecekan keabsahan data diperoleh dengan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan dan triangulasi. Sedangkan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh peneliti dalam menganalisis data diantaranya kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Implementasi strategi pemasaran Burger Bangor Pamekasan melalui aplikasi Gojek yaitu: melakukan kegiatan sosialisasi atau kunjungan ke masyarakat secara *offline* di sekitar area *outlet*, kemudian juga melalui pemasaran kepada masyarakat dan juga kepada para *gofoods* ataupun go-jek dilingkungan sekitar sebagai upaya menarik minat masyarakat/konsumen untuk datang Outlet Burger Bangor Pamekasan. Produk dari *Outlet* Burger Bagor sendiri sudah terdaftar di aplikasi go-jek, jadi para konsumen tinggal memesannya saja tanpa harus mengantri di tempat. 2) Kendala implementasi strategi pemasaran Outlet Burger Bangor Pamekasan melalui aplikasi Gojek, yaitu: Adanya masyarakat yang belum begitu mengenal tentang *Outlet* Burger Bangor; Akses untuk promosi atau marketing secara *offline* masih terbatas; dan Akses jaringan internet dalam menjalankan aplikasi Gojek yang sering gangguan menyebabkan pemesanan maupun penerimaan orderan menjadi terhambat.