

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN RESPONDEN PENELITIAN

Pizza Hut adalah perusahaan bidang sektor industri kuliner yang menjadi fokus penelitian ini. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian industri ialah kegiatan produktif mengolah bahan mentah menjadi suatu hal bernilai dengan pemanfaatan sumber daya. Industri kuliner merupakan salah satu subsektor industri kreatif Indonesia. Subsektor kuliner diartikan sebagai pembuatan kuliner khas daerah dan tempat pemasaran produk kuliner tersebut. Adanya industri kuliner pada industri kreatif Indonesia dianggap mampu menjadi nilai tambah produk yang ditawarkan melalui kreativitas pelaku kuliner, seperti cara pengolahan, penyajian dan resep. Industri kuliner menjadi subsektor industri kreatif yang berkembang dengan sangat pesat. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) melaporkan bahwa industri kuliner telah berkontribusi pada PDP sebesar 41,4 persen dari Rp 922 Triliun di tahun 2016 (Agmasari, 2018). Uraian dibawah ini merupakan penjelasan yang berasal dari Pizza Hut pusat yang dimana gerai gerai yang berada di seluruh Indonesia menerapkan Visi dan Misi, Kegiatan Usaha, Etos Kerja, dan Logo yang dibuat oleh Pizza Hut Pusat (Induk), termasuk Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta yang menjadi tempat penelitian pada penelitian ini.

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Pizza Hut

Pizza Hut dimulai dari usaha keluarga yang didirikan tahun 1958 oleh Dan dan Farnk Carney di Amerika Serikat. Pada saat itu, Pizza Hut menawarkan menu

Italia-Amerika dan terus mengalami peningkatan penjualan. Hal ini dibuktikan dengan dibukanya berbagai cabang di seluruh Amerika Serikat. Saat ini, Pizza Hut menjadi perusahaan terkenal dan memiliki lebih dari 18.000 restoran di 100 negara.

Pizza Hut hadir di Indonesia tahun 1987 dan dibentuk oleh PT Sarimelata Kencana Tbk (Perseroan). Pendirian ini ditetapkan secara legal berdasarkan Akta Nomor 132 tanggal 16 Desember 1987 yang disahkan oleh Lieke Liandadevi Tukgali, SH. Legalitas ini terdaftar di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat No. 1.1979/1988 tanggal 1 September 1988. Dengan adanya penetapan tersebut, perseroan ini mempunyai hak penuh untuk mengelola operasional, pemasaran, dan mengembangkan Pizza Hut di seluruh Indonesia.

Pizza Hut dalam mengembangkan usahanya tidak berhenti mengeksplorasi menu dengan penyuaian cita rasa lokal. Pengembangan bisnis juga dilakukan dengan adanya akuisisi oleh PT Sriboga Raturaya pada tahun 2004. Langkah ini dinilai sebagai pergerakan luar biasa dalam dunia kuliner serta meluncurkan Pizza Hut Delivery tahun 2007. Pizza Hut terbagi menjadi tiga, Pizza Hut Restoran (PHR), Pizza Hut Deliver (PHD), dan Pizza Hut Express (PHE). Pengembangan Pizza Hut di Indonesia telah tersedia di seluruh penjuru negeri, mulai dari Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Timur. Pizza Hut selalu berinovatif dengan melakukan ekspansi. Dengan ini, Pizza Hut mendapatkan penghargaan sebagai “Asia Franchise of The Year” oleh YUM secara berturut-turut dari 2007, 2009, 2013, dan 2017.

Sampai akhir 2020, perusahaan ini telah mengoperasikan 520 gerai yang terdiri dari PHR, PHD, dan PHE. Walaupun di masa pandemi, PT Sarimelati Kencana Tbk tetap dapat memperkuat penjualan melalui daring dengan strategi digital. Kedepannya, strategi ini akan digunakan karena lebih fleksibel dan menguntungkan.

Perkembangan Pizza Hut di Indonesia cukup pesat. Perseroan ini dengan konsisten selalu berekspansi setiap tahunnya. Terhitung terdapat 260 gerai di 32 provinsi Indonesia. Konsep “Berbagi Bersama” Pizza Hut fokus dengan menciptakan kenyamanan dan kebersamaan dengan desain restoran yang trendi juga terletak di daerah strategis. Pelanggan tidak hanya dapat menikmati kuliner yang disajikan tetapi juga mendapatkan pengalaman yang menarik. Pelanggan dapat memesan menu melalui hotline Pizza Hut dan secara langsung datang ke restoran.

2.2 Visi dan Misi

Suatu perusahaan pasti memiliki visi dan misi untuk menjadi pedoman mereka selama menjalankan kegiatan usahanya. Dengan adanya visi dan misi di suatu perusahaan maka perusahaan dapat menentukan strategi yang akan dibuat demi tercapainya tujuan perusahaan itu sendiri. Visi adalah sebuah impian atau cita – cita dari suatu usaha, sedangkan misi sendiri adalah langkah – langkah yang akan dilakukan demi tercapainya visi tersebut. Menurut Wibisono (2006) sebuah visi yang baik memiliki beberapa kriteria yang pertama yaitu menyatakan cita-cita atau

keinginan perusahaan di masa depan, kedua singkat, jelas, fokus, dan merupakan standart of excellence, ketiga yaitu realistis dan sesuai dengan kompetensi organisasi, keempat yaitu atraktif dan mampu menginspirasi komitmen serta antusiasme, kelima yaitu mudah diingat dan dimengerti seluruh karyawan serta mengesankan bagi pihak yang berkepentingan, dan yang terakhir dapat ditelusuri tingkat pencapaiannya. Sedangkan misi yang baik memiliki kriteria yang pertama yaitu menentukan ruang lingkup kompetitif utama di mana perusahaan akan bersaing dan harus unggul, termasuk mempertimbangkan kompetensi dan sumber daya perusahaan. Yang kedua yaitu fokus pada beberapa tujuan, dapat dicapai, dan realistis; konsisten dengan visi perusahaan. yang ketiga yaitu menekankan dan konsisten dengan kebijakan dan nilai-nilai inti perusahaan. Yang keempat yaitu ringkas, inspirasional, mudah diingat, distinctive, dan bermakna.

Dengan menerapkan visi dan misi dalam kegiatan usahanya maka akan meminimalisir adanya kesalahan dan akan lebih fokus untuk memaksimalkan strategi yang dirancang lewat misi yang sudah dirancang. Begitu pula dengan Pizza Hut, perusahaan ini memiliki visi dan misinya tersendiri guna menjadi acuan mereka dalam melakukan kegiatan usahanya agar memperoleh hasil yang maksimal.

2.2.1 Visi

“Menjadi restoran dengan kualitas serta rasa hidangan pizza dan pasta khas Italia-Amerika terbaik yang disajikan dengan keramahan khas Pizza Hut pada atmosfer yang nyaman juga menjunjung tinggi kebersamaan keluarga dan teman.”

Visi yang dimiliki Pizza Hut ini didasari oleh cita – cita yang dimiliki oleh Pizza Hut dimana mereka menginginkan perusahaan yang menyajikan kualitas rasa dan pelayanan yang akan meninggalkan kesan yang bagus terhadap konsumennya dan berharap konsumen menilai perusahaan ini menjadi pilihan pertama dalam memilih produk yang sejenis. Tidak hanya berfokus kepada konsumen, Pizza Hut juga mementingkan suasana yang nyaman dan memiliki rasa kekeluargaan diantara pekerjanya, hal ini bertujuan agar pekerjanya merasa nyaman dengan lingkungan kerjanya dan mengakibatkan menunjangnya kinerja mereka kepada para konsumen.

Visi ini dibuat oleh Pizza Hut pusat dimana juga diterapkan oleh gerai gerai di seluruh Indonesia yang menjualkan produk Pizza Hut kepada para konsumen. dengan begitu Pizza Hut Buara Plaza juga menerapkan visi ini dalam menjalankan kegiatan usahanya.

2.2.2 Misi

Misi Pizza Hut adalah mengedepankan kepuasan pelanggan baik *online* maupun *offline*. Hal ini dilakukan dengan berinovasi memanfaatkan penggunaan

teknologi untuk memberikan pengalaman yang berbeda dan berkesan bagi pelanggan.

Misi yang dimiliki Pizza Hut ini merupakan langkah yang diambil Pizza Hut dalam mengusahakan visi perusahaan agar tercapai. Misi yang diterapkan Pizza Hut ini berusaha membuat pengalaman yang berkesan kepada konsumennya. Terlebih lagi saat ini sudah memasuki era industri 4.0 dimana kegiatan usaha yang berkaitan dengan konsumen sudah melibatkan social media dalam keberjalanannya usaha untuk membuat pengalaman yang berkesan kepada para konsumennya.

Selain pendekatan online, Pizza Hut juga tetap mementingkan hidangan yang disajikan kepada konsumen, sebab itu merupakan kegiatan utama yang ditawarkan oleh Pizza Hut.

Misi tersebut dirancang oleh Pizza Hut pusat yang dimana juga diterapkan oleh gerai – gerai yang ada di seluruh Indonesia yang menjualkan produk – produk Pizza Hut kepada konsumennya, tempat penelitian pada penelitian ini yaitu Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta juga termasuk menjalankan misi tersebut.

2.3 Nilai dan Etos Kerja

Etos kerja merupakan seperangkat perilaku positif dan fondasi yang mencakup motivasi yang menggerakkan mereka, karakteristik utama, spirit dasar, pikiran dasar, kode etik, kode moral, kode perilaku, sikap-sikap, aspirasi,

keyakinan-keyakinan, prinsip-prinsip, dan standar-standar (Sinamo, Darodjat ; 2015:77).

Dengan menerapkan etos kerja yang baik maka akan mendorong karyawan yang berada dalam perusahaan tersebut untuk melakukan tugas dan wewenangnya dengan baik sehingga dapat melancarkan kegiatan usaha perusahaan tersebut, sebaliknya apabila karyawan yang berada pada perusahaan tersebut tidak menerapkan nilai dan etos kerja dengan baik maka akan menghambat keberjalanan kegiatan usaha perusahaan tersebut.

Dalam menjalankan tiap aktivitas bisnis, Perseroan berbasis pada nilai-nilai yang diyakini menjadi salah satu unsur penentu kesuksesan dan keberlangsungan perusahaan. Pizza Hut sebagai industri yang bergerak pada bidang makanan dan minuman meyakini bahwa Nilai integritas, keunggulan, profitabilitas, dan pertumbuhan bisnis dapat menjadi pedoman Pizza Hut dalam mencapai visi misi.

Etos kerja dan nilai perusahaan yang dirancang oleh perusahaan ini juga dijalankan serta diterapkan oleh gerai – gerai yang ada di seluruh Indonesia dalam menjalankan kegiatan usahanya, termasuk dengan gerai Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta yang menjadi tempat penelitian pada penelitian ini. Hal ini bertujuan agar setiap gerai yang menjadi perpanjangan tangan dari perusahaan juga dapat menjadi cerminan perusahaan yang dilihat dan dinilai oleh konsumen.

2.3.1 Integritas

Nilai integritas merupakan prinsip utama bekerja Pizza Hut. Integritas dijalankan dengan kejujuran dan konsistensi setiap memberikan pelayanan kepada pelanggan.

2.3.2 Keunggulan

Untuk mencapai visi dan misi Pizza Hut, keunggulan adalah nilai yang penting untuk terus menjadi pedoman aktivitas bisnis Pizza Hut. Keunggulan tersebut dilakukan dengan melakukan pengawasan kualitas produk.

2.3.3 Profitabilitas

Profitabilitas adalah stimulus yang mendorong kerja keras Pizza Hut sehingga Pizza Hut harus dapat memastikan operasional yang mereka jalankan selalu menguntungkan. Hal ini dilakukan dengan menjaga sumber daya yang dimiliki untuk bekerja produktif dan efisien guna mencapai untung yang maksimal.

2.3.4 Pertumbuhan Bisnis

Pertumbuhan bisnis adalah tujuan dari nilai-nilai sebelumnya. Dengan mengedepankan integritas, keunggulan, profitabilitas maka Pizza Hut akan mengalami pertumbuhan bisnis yang signifikan sehingga mampu berdaya saing unggul dibandingkan kompetitornya. Pertumbuhan bisnis ini dijalankan dengan aktif berinovasi, mengembangkan sumber daya, serta mengeksplorasi kesempatan usaha.

2.4 Logo

Logo adalah tanda, lambang, atau simbol yang menjadi identitas sebuah organisasi, perusahaan, atau individu, agar mudah dikenal serta diingat. Biasanya logo tidak hanya berfungsi sebagai tanda pengenal atau identitas, melainkan juga punya makna atau arti tertentu dari perusahaan atau organisasi. Sebagai identitas perusahaan, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi hati produk atau perusahaan. Dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi pembeda produk

dengan produk yang lainnya. Suatu logo mampu menggambarkan citra atas suatu entitas sehingga akan mudah dikenal oleh masyarakat. Logo juga memiliki peranan yang penting dalam hal kegiatan pemasaran dan promosi, terlebih lagi jika logo tersebut mempunyai desain yang unik dan positif. Kriteria logo yang baik adalah, sederhana, unik, mudah diingat, serba guna, sesuai dan tahan lama.

Logo yang dibuat oleh Pizza Hut pusat ini digunakan oleh tiap gerai yang ada di Indonesia sebagai bentuk perwajahan perusahaan yang bertujuan agar mudah dikenal dan diketahui oleh konsumen, termasuk gerai Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta yang menjadi tempat penelitian pada penelitian ini. Adapun logo dari Pizza Hut sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Logo Pizza Hut

2.4.1 Bentuk

Logo Pizza Hut yang menunjukkan swirl saus adalah pola saat membuat adonan pizza sedangkan irisan kurus pada pizza dikarenakan agar konsumen tetap sadar akan kesehatannya. Bentuk saus ini mewakili rasa baru yang akan dikenalkan Pizza Hut.

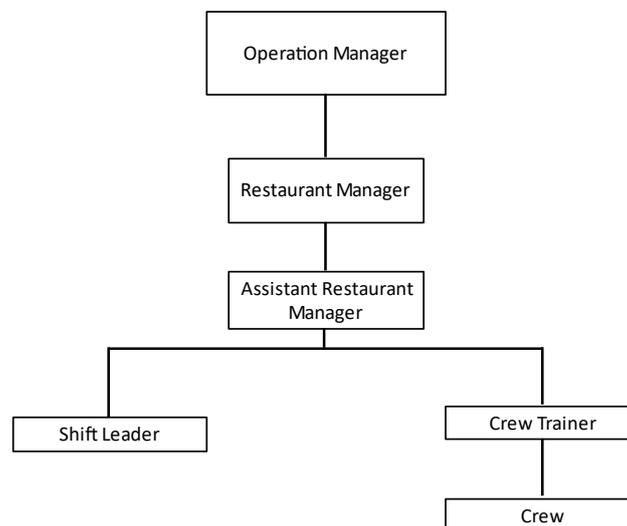
2.4.2 Warna

Warna merek yang melekat pada Pizza Hut adalah warna merah. Merah dilambangkan sebagai warna yang bertujuan mampu membangkitkan gairah dan atusias serta cinta. Emosi ini sering dikaitkan dengan generasi muda, sepadan dengan target pasar Pizza Hut yang didominasi generasi muda.

2.4.3 Jenis huruf

Jenis huruf yang digunakan pada logo adalah gaya tulisan tangan yang merepresentasikan kondisi atau suasana yang menyenangkan dan informal. Jenis ini sengaja diciptakan untuk membentuk identitas visual atau keunikan perusahaan.

2.5 Struktur Organisasi



Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Store Pizza Hut

Sumber; [laporan keuangan tahun 2020 sarimelati kencana](#)

Struktur organisasi didefinisikan sebagai sistem yang digunakan untuk mendefinisikan hierarki dalam suatu organisasi. Ini mengidentifikasi setiap pekerjaan, fungsinya dan ke mana ia melapor ke dalam organisasi. Suatu struktur kemudian dikembangkan untuk menetapkan bagaimana organisasi beroperasi untuk melaksanakan tujuannya. Struktur Organisasi yang baik adalah struktur yang dapat menjelaskan dengan baik arah koordinasi jabatan yang terdapat pada sebuah perusahaan. Dengan menerapkan struktur organisasi yang baik diharapkan dapat terjadi komunikasi yang baik antar pekerja, hubungan pelaporan yang jelas, penyelesaian tugas yang efisien.

Penjelasan struktur organisasi pada penelitian ini merupakan penjelasan struktur organisasi yang berada pada gerai – gerai Pizza Hut yang terdapat pada seluruh Indonesia yang menjual produk – produk Pizza Hut kepada konsumen. Gerai Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta memiliki beberapa divisi dengan pembagian tugas sebagai berikut:

1. *Operation Manager*

Operation manager adalah jabatan yang memiliki tanggung jawab atas perencanaan, pengarahan, pengawasan, koordinasi dalam kegiatan restoran. Lalu juga mengkoordini, mengatur dan mengawasi jalannya operasional seluruh outlet restoran secara keseluruhan. Operation Manager bertanggung jawab langsung kepada Direktur Pelaksana, dan dalam proses melakukan tanggung jawabnya Operation Manager dibantu oleh para Restaurant Manager.

2. *Restaurant Manager*

Bertugas untuk memastikan kegiatan operasional restoran dilakukan secara efisien dan “profitable”, menjaga dan meningkatkan reputasi restoran, serta etos kerja karyawannya. Restoran manajer bertanggung jawab kepada Operation Manager atas kinerja bisnis serta memastikan terjaganya kualitas hidangan, pelayanan, nutrisi, kesehatan dan keselamatan dalam operasional restoran sehari-hari. Menjaga dan melakukan control terhadap standar kualitas yang tinggi, hygiene, kesehatan hidangan, serta keamanan lingkungan restoran. Dalam menjalankan tanggung jawabnya Restaurant Manager dibantu oleh Assistant Manager dan Staf dibawahnya.

3. *Assistant Restaurant Manager*

Assistant Restaurant Manager bertugas untuk mengembangkan dan meimplementasikan strategi pemasaran. Lalu juga bertugas untuk meninjau dan merevisi orientasi produk. Jabatan ini juga bertugas untuk mengawasi kerja karyawan untuk mempertahankan kualitas. Dua tugas terakhir adalah melakukan tinjauan kerja dan membuat jadwal kerja. Assistant Restaurant Manager bertanggung jawab langsung pada Restaurant Manager, dan dalam melakukan tugasnya jabatan ini dibantu oleh Shift Leader dan Crew,

4. *Shift leader*

Shift Leader Bertanggung jawab untuk merekrut dan pelatihan staf, memastikan produk sesuai dengan standar kualitas perusahaan, serta mengatur jadwal dan memonitoring tugas yang sedang berlangsung. Shift Leader bertanggung jawab langsung kepada Assistant Restaurant Manager dalam menjalankan tugas tugasnya.

5. *Crew trainer*

Tugas dari crew trainer adalah melatih anggota/crew, mengawasi sesama anggota staf selama periode pelatihan dan mengidentifikasi pelatihan. Dalam menjalankan tugasnya Crew Trainer bertanggung jawab langsung kepada Assistant Restaurant Manager dan dalam menjalankan tugasnya dibantu oleh Crew yang bertugas.

6. Crew

Crew sendiri memiliki tugas dari seorang crew dalam restoran adalah menyambut setiap pelanggan, mempersiapkan sample produk, menyajikan makanan yang aman dan lezat kepada tamu, menjaga kebersihan restoran dan diri sendiri, dan memberikan pelayanan yang ramah dan cepat. Dalam menjalankan tugasnya Crew bertanggung jawab langsung kepada Crew Trainer

2.6 Kegiatan usaha

Kegiatan usaha yang ada dalam penjelasan dibawah ini merupakan kegiatan usaha yang dirancang oleh Pizza Hut Pusat yang berguna sebagai acuan setiap gerai – gerai yang ada diseluruh Indonesia untuk menjalankan kegiatan usaha perusahaan, yang bertujuan agar kualitas produk dan pelayanan yang diberikan gerai – gerai yang ada di seluruh Indonesia agar memiliki kualitas sama yang dirasakan oleh semua konsumen, begitu juga yang diterapkan oleh Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta yang menjadi objek penelitian pada penelitian ini.

2.6.1 Kegiatan Produksi

Dalam lingkup restoran atau layanan makanan dan minuman, Perusahaan mengadakan kegiatan usaha yang mencakup penyediaan dan penyajian makanan

dan minuman kepada pelanggan. Kegiatan ini dilakukan di dalam restoran, pelayanan *take-away*, *delivery*, dan katering. Pizza Hut khususnya menyajikan menu Italia-Amerika. Sampai bulan April 2022 gerai Pizza Hut sudah mencapai 562 gerai yang tersebar di seluruh Indonesia. Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta merupakan salah satu outlet Pizza Hut yang berada di Jabodetabek yang menerapkan kegiatan produksi yang dijadikan patokan oleh Pizza Hut pusat agar menerapkan kegiatan produksi yang serentak secara kualitas dan efisiensi kegiatan produksi yang ditawarkan kepada konsumen.

Pada produksi dan pengolahan makanan yang dilakukan Pizza Hut, terdapat tiga kategori produksi yakni menyajikan makanan siap saji, pengalengan dan pengasapan, serta membuat makanan dan kue beku. Makanan siap saji yang diolah oleh Pizza Hut dimasak dan diawetkan pada kemasan yang berlabel, kegiatan ini dilakukan dalam memproduksi pizza beku, lasagna daging, unggas, sayur, dan sebagainya. Pengolahan makanan juga dilakukan dengan mengawetkan makanan melalui pengalengan, pengasapan, pembekuan, dan pemanisan. Sedangkan makanan dan kue beku yang diproduksi oleh Pizza Hut adalah puff pastries, corissants, dan produk serupa lainnya.

Pizza Hut Restaurant (PHR) berkomitmen menyajikan beragam menu yang berkualitas dengan sentuhan kuliner khas nusantara. Seluruh menu yang disajikan oleh Pizza Hut dapat dijamin kualitas, halal, dan mutunya. Dengan begitu, Pizza Hut Restaurant menjadi merek andalan keluarga Indonesia. Pizza Hut menyediakan beragam menu dan menginovasi rasa baru. Terdapat pula pengembangan produk Krakatau Burst Pizza yang dilapsi chicken luncheon, paprika, dan keju mozzarella.

Dalam menjalankan kegiatan usahanya Pizza Hut tidak terlepas dalam melakukan diferensiasi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Diferensiasi produk yang dilakukan oleh Pizza Hut ini memiliki tujuan untuk menjaga ketertarikan konsumen sehingga dapat terus membeli produk yang ditawarkan oleh Pizza Hut. Selain menambah variasi pilihan menu tentu saja agar produk yang ditawarkan oleh Pizza Hut dapat dinilai lebih menarik ketimbang produk pesaing yang sejenis

Dalam setahun kebelakang Pizza Hut sudah melakukan beberapa diferensiasi terhadap produk yang ditawarkan kepada konsumen. Dari diferensiasi yang dilakukan terhadap menu saja terdapat 6 diferensiasi produk yang dilakukan diantaranya terdapat, Dimsum Pizza, Stuffed Crusted Crispy Cheese, Krakatau Burst, Blackpepper Pizza, Meat Monsta, Cheese Martabak Pizza. Sedangkan diferensiasi produk terkait bentuk produk yang ditawarkan Pizza Hut melakukan 2 bentuk baru yang diciptakan dalam setahun terakhir yaitu Limo Pizza (1 Meter), dan Pizza berbentukhati (Pizza Heart). Lalu yang terakhir terdapat pada diferensiasi pembuatan paket pilihan menu Pizza Hut melakukan 4 diferensiasi pilihan paket menu dalam setahun terakhir yaitu Triple Box, Big Box, Double Box, dan Limo Pizza.

Diferensiasi produk yang dilakukan Pizza Hut dilakukan oleh tim pusat dikhususkan pada tim pengembangan, yang merancang serta menganalisa semua pertimbangan yang mengasilkan diferensiasi produk yang ditawarkan kepada konsumen selama ini. Diferensiasi ini juga dilakukan tidak menentu, namun dalam setahun selalu ada diferensiasi produk yang dilakukan oleh Pizza Hut.

2.6.2 Kegiatan Pemasaran

Perusahaan Pizza Hut ini selain membuat produk, mereka juga memasarkan produk mereka melalui berbagai macam wadah pemasaran yang mereka manfaatkan untuk dapat menyalurkan semua tawaran dan informasi terkait produk yang ditawarkan. Hal ini dilakukan tidak bukan untuk menambah penjualan mereka terkait produk yang dibuat mereka untuk konsumen.

Kegiatan Pizza Hut yang berkaitan dengan pemasaran diantara terdapat, adanya strategi mendorong konsumen (Push Strategy) yang dimana Pizza Hut mendorong konsumen untuk membeli Pizza Hut dengan mengeluarkan potongan harga yang menarik yang dipromosikan kepada konsumen. Lalu Pizza Hut juga melakukan strategi profil (Profile Strategy), pada kegiatan pemasaran yang satu ini Pizza Hut, membuat iklan yang dimana bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran konsumen terhadap produk produknya menggunakan hubungan dengan konsumen, dapat berupa konten dan juga iklan yang ditayangkan di televisi. Kedua kegiatan pemasaran tersebut erat kaitannya dengan penggunaan social media. Kedua kegiatan pemasran tersebut dilakukan menggunakan social media mereka. Dengan begitu Pizza Hut juga menerapkan *social media marketing* pada kegiatan pemasaran mereka.

Pada *social media marketing* yang dilakukan Pizza Hut, mereka membuat konten yang berisikan informasi penawaran mereka yang ditujukan kepada konsumen yang menggunakan social media, dengan hal ini target pasar mereka menjadi luas dikarenakan konsumen yang memiliki social media mulai dari pelajar hingga orang tua dapat mengakses social media Pizza Hut dan melihat penawaran

yang ditawarkan oleh Pizza Hut. Maraknya pengguna social media di Indonesia membuat Pizza Hut gencar dalam melakukan *social media marketing* untuk produk mereka. Hal ini dilakukan dengan tujuan menyampaikan informasi penawaran kepada konsumen dengan cara yang semenarik mungkin, dimulai dari membuat konten berupa gambar, dan juga ada konten yang berupa video.

Social media yang dimiliki Pizza Hut sudah ada sejak 12 tahun lalu. Untuk halaman di Facebook sudah sejak 2010, sedangkan untuk Twitter dan Youtube sudah melakukan kegiatan pemasaran sejak 2012, sedangkan untuk Instagram mulai berjalan sejak 2016.

2.7 Identitas Responden

Identitas responden adalah data yang menjelaskan karakteristik responden yang diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, status pekerjaan, dan pendapatan. Berikut merupakan hasil uraian identitas responden. Identitas responden yang mengisi kuesioner pada penelitian ini berdomisili di Jakarta Timur dimana wilayah tersebut merupakan wilayah yang sama dengan tempat penelitian yaitu Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta.

2.7.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pelanggan Pizza Hut Buaran Plaza Jakarta memiliki latar belakang yang beragam, salah satunya terkait dengan jenis kelamin. Pada penelitian yang dilakukan, jenis kelamin dikategorikan menjadi dua yaitu laki – laki dan perempuan. Terdapat 100 orang yang dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini. Berikut adalah data responden menurut jenis kelamin :

Tabel 2. 1
Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Presentase
1.	Laki – Laki	32	32%
2.	Perempuan	68	68%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel 2.1 diatas menjelaskan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 68% sedangkan minoritas responden berjenis kelamin laki – laki sebanyak 32% dari total responden sejumlah 100%. Dapat disimpulkan bahwa jumlah responden berjenis kelamin perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden berjenis kelamin laki – laki. Hal ini dapat terjadi dikarenakan perempuan lebih konsumtif dibandingkan laki – laki dan perempuan lebih banyak yang memiliki keinginan untuk membeli produk yang diinginkan.

2.7.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Usia menjadi salah satu karakteristik responden yang dimana diukur dengan tahun dan pastinya responden memiliki rentang usia yang berbeda – beda. Berikut merupakan data responden berdasarkan usia:

Tabel 2. 2
Identitas Responden Menurut Usia

No.	Usia (Tahun)	Frekuensi (Orang)	Presentase
1	≤ 20	12	12%
2	21-30	40	40%
3	31-40	7	7%
4	41- 50	18	18%
5	51 – 60	23	23%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer, 2022

Dari tabel 2.2 diatas dapat diketahui bahwa rentang usia terbanyak yaitu dalam rentang 21 – 30 sebanyak 40%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan

responden adalah berasal dari kalangan usia produktif, yang masih bekerja dan memiliki penghasilan.

2.7.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimiliki masing – masing responden beragam, dalam penelitian ini ada berbagai macam pekerjaan dari responden. Berikut merupakan data responden berdasarkan pekerjaan:

Tabel 2. 3
Identitas Responden Menurut Status Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Frekuensi (Orang)	Presentase
1	ASN/PNS	0	0%
2	Karyawan Swasta	22	22%
3	Wirausaha	9	9%
4	TNI/POLRI	1	1%
5	Pelajar/Mahasiswa	36	36%
6	Ibu Rumah Tangga	19	19%
7	Lainnya	13	13%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel 2.3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden adalah pelajar / mahasiswa yang sejumlah 36%. Lalu untuk yang terbanyak kedua adalah karyawan swasta sebanyak 22%. Dari tabel diatas juga dapat disimpulkan bahwa sebanyak 45% memiliki pekerjaan yang tetap sedangkan sisanya sebanyak 55% memiliki status pekerjaan sebagai Pelajar / Mahasiswa dan Ibu rumah tangga. Pekerjaan lainnya di dalam tabel tersebut ada yang sebagai Pendeta, freelance, pensiunan, dan juga dosen.

2.7.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan

Beragam jenis pekerjaan yang dilakukan oleh responden menyebabkan beragam pula jumlah pendapatan responden. Hal ini menyebabkan adanya perbedaan jumlah

pendapatan di dalam penelitian. Berikut data responden berdasarkan jumlah pendapatan per bulan:

Tabel 2. 4
Identitass Responden Menurut Pendapatan Perbulan

No.	Pendapatan	Frekuensi (Orang)	Presentase
1	≤ Rp 1.000.000	38	38%
2	>Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	41	41%
3	>Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000	18	18%
4	>Rp 10.000.000	3	3%
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer, 2022

Berdasarkan tabel 2.4 diatas dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden memiliki pendapatan > Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 48% mengingat mayoritas pekerjaan yang dilakukan adalah sebagai seorang pelajar/mahasiswa dan karyawan swasta. Sedangkan untuk pelajar / mahasiswa itu sendiri yang menjadi responden pada penelitian ini pendapatan yang mereka peroleh didapatkan dari uang saku yang diberikan orang tuanya.