

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN DAN IDENTITAS

RESPONDEN PIZZA HUT

2.1 Sejarah Berdirinya PT Sari Melati Kencana Tbk

Pizza Hut didirikan di Wichita, Kansas, Amerika Serikat. Dan dan Frank Carney mendirikan Pizza Hut, sebuah bisnis yang dikelola keluarga, pada tahun 1958. Menu pan Pizza merupakan menu pertama yang menjadi ciri khas dari restoran ini. Pizza Hut bisa membuka enam cabang tambahan karena banyaknya minat orang terhadap menu yang mereka tawarkan. Kemudian Dan dan Franj Carney membuat franchise yang meluas ke berbagai negara termasuk Indonesia.

Indonesia pertama kali membuka gerai Pizza Hut pada tahun 1984 di Gedung Djakaty Theater. PT. Sari Melati Kencana Tbk menjalankan merek Pizza Hut di Indonesia melalui perjanjian waralaba dengan Yum! Asia Franchise. Di bawah kepemimpinan PT Sarimelati Kencana Tbk, Pizza Hut telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dengan adanya 545 gerai di seluruh Indonesia. Awal mulanya, Pizza Hut hanya memiliki satu konsep, yaitu Pizza Hut restaurant. Selain memperluas jaringan gerai, Pizza Hut terus mengembangkan pilihan menu pizza dan pasta sesuai dengan selera local. Selain bereksperimen dengan menu, Pizza Hut juga menambahkan variasi kerak pizza, antara lain Crown Crust, Black Pan Pizza, Cheesy Bites, Stuffed Crust Cheese, dan Stuffed Crust Sausage. Merek dagang Pizza Hut Delivery (PHD) dibeli oleh PT Sriboga Raturaya dari Sriboga Group pada tahun 2004 dan ditambahkan pada tahun 2007. PHD menitikberatkan pada

layanan pengantaran pesanan dengan layanan “pasti tiba dalam 30 menit” yang menyajikan menu serupa. Selain kegiatan operasional tersebut, perusahaan juga mengelola beberapa fasilitas produksi di berbagai lokasi di Indonesia, termasuk pabrik pasta di Jakarta, pabrik adonan roti di Jakarta dan Jawa Barat, pabrik sosis di Bekasi serta fasilitas adonan roti di Jateng, Jatim, Bali, Sulawesi Selatan dan Sumatera Utara.

Perseroan juga dianugerahi berbagai penghargaan yang merupakan hasil dari usaha selama ini. Prestasi yang diraih seperti gelar "Asia Franchisee of The Year" yang diberikan kepada YUM! dari tahun 2007 sampai 2009, dari 2011 hingga 2013, dan kembali pada tahun 2017. Perseroan juga berinovasi pada tahun 2021 dengan menyediakan food truck yang terdapat di wilayah Sulawesi Selatan dan Jawa Tengah. PT Sarimelati Kencana Tbk juga meningkatkan penjualan secara daring (online) selama pandemi dengan menggunakan berbagai strategi digital untuk menjaga keberlangsungan bisnisnya. Berbagai platform yang dimanfaatkan termasuk aplikasi untuk Android dan iOS: Pizza Hut Indonesia dan situs web www.pizzahut.co.id.

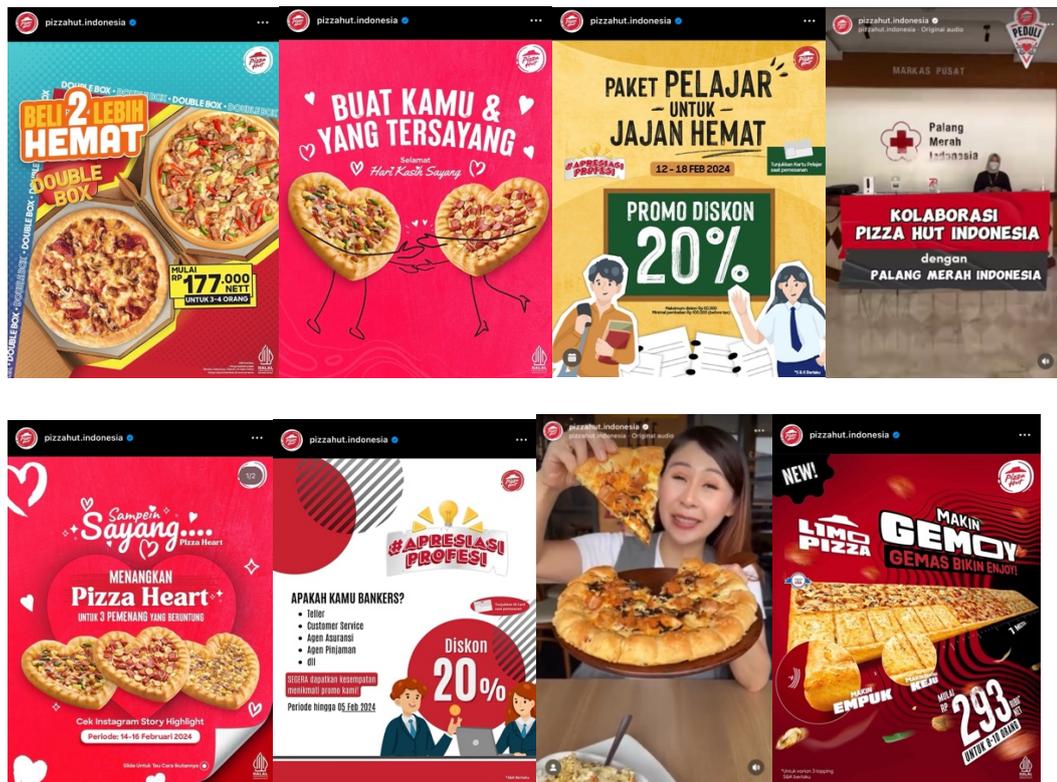
2.1.1 Sosial Media Instagram Pizza Hut



Gambar 2.1 Akun Instagram Pizza Hut

Sumber: Instagram Pizza Hut @pizzahut.indonesia

Pizza Hut memiliki platform media sosial Instagram untuk melakukan aktivasi marketing. Dapat dilihat pada gambar 2.1, akun Instagram Pizza Hut saat ini memiliki 1.7 juta pengikut dengan total post mencapai 2.920. Berbagai konten yang berisi mengenai promo, informasi produk baru, dan berbagai kegiatan CSR yang diunggah guna menarik perhatian konsumen sehingga meningkatkan keputusan pembelian. Pizza Hut dapat mengunggah 3-4 konten pada unggahan feeds dan aktif dalam memposting Instagram story. Selain unggahan foto, Pizza Hut juga memanfaatkan fitur reels untuk mengunggah video.



Gambar 2.2 Postingan Pizza Hut

Sumber : Instagram Pizza Hut @pizzahut.indonesia

Pizza Hut juga berkolaborasi dengan influencer seperti @sibungbung untuk meningkatkan awareness. Selain itu Pizza Hut juga membuat konten dan promo untuk masing-masing segmen market seperti promo khusus pelajar dan promo untuk yang berprofesi sebagai teller, agen asuransi, customer service dan lain-lain.

2.1.2 Cara Pizza Hut Menjaga Brand Trust

Pizza Hut melakukan berbagai cara untuk tetap memperoleh kepercayaan dari konsumennya seperti memperoleh sertifikat halal sejak tahun 1997. Sertifikat yang diberikan LPPOM MUI meliputi produk makanan, minuman, outlet, gudang penyimpanan dan kendaraan pengangkutan. Pizza Hut juga rutin memperpanjang masa berlaku sertifikat dan melakukan penyesuaian apabila ada regulasi baru.

Contohnya saat pemerintah Indonesia memberlakukan PP No. 39 Tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, Pizza Hut segera melakukan pembaharuan dan penyesuaian peraturan sesuai dengan ketentuan terbaru. Pizza Hut juga mendapatkan Halal Award untuk kategori makanan Favorite Halal Brand pada tanggal 4 September 2023. Sertifikasi ini dilakukan untuk memastikan keamanan dan kenyamanan konsumen agar menjaga brand trust tetap baik.



Gambar 2.3 Respon Pizza Hut terhadap Komplain

Sumber : Instagram Pizza Hut @pizzahut.indonesia

Pizza Hut juga aktif dalam merespon komplain konsumen. Hal ini dapat dilihat pada gambar 2.3, Pizza Hut menanggapi komentar negatif atau pengalaman kurang nyaman yang didapatkan konsumen. Hal ini dilakukan untuk menjaga kepercayaan konsumen dan mendapatkan citra baik bahwa Pizza Hut mendengarkan keluhan konsumen.

2.2 Visi dan Misi Perusahaan

2.2.1 Visi Perusahaan

Menjadi restoran yang menawarkan hidangan pizza dan pasta khas Italia-Amerika yang berkualitas dengan pelayanan terbaik yang mencakup segala aspek termasuk menciptakan atmosfer yang nyaman untuk menjalin kebersamaan keluarga dan teman.

2.2.2 Misi Perusahaan

- Mengutamakan kepuasan pelanggan di setiap aspek, baik dalam ruang digital maupun nondigital.
- Menciptakan inovasi dan teknologi untuk menyediakan pengalaman yang luar biasa kepada para pelanggan dalam menikmati hidangan dan layanan kami.

2.3 Logo Perusahaan



Gambar 2.3 Logo Perusahaan Pizza Hut

Sumber : Website Pizza Hut (www.pizzahut.co.id)

Logo Pizza Hut merupakan symbol bisnis yang telah mengalami beberapa perubahan. Logo versi terbaru mulai dipublikasikan sejak tahun 2014 dengan monocolor atau memiliki unsur 1 warna merah yang berarti kesegaran dan bergairah. Pizza Hut pertama kali mengenalkan logonya pada format font Sans Serif

dan tetap mempertahankan ikon atap yang melambangkan atap dari restoran pertamanya di Amerika. Selain itu bentuk dasar pada logo juga menyerupai bentuk pizza yang menggambarkan identitas perusahaan secara lebih jelas. Logo terbaru Pizza Hut menampilkan identitas yang lebih sederhana namun muda diingat dan lugas menyampaikan jati diri perusahaan.

2.4 Jenis – Jenis Produk Perusahaan

A. Restoran/Layanan Makanan dan Minuman

Kegiatan utama dari perseroan berupa penyediaan dan penyajian berbagai makanan dan minuman. Layanan ini termasuk di dalamnya *dine in*, pesan antar, bawa pulang dan katering. Pilihan menu yang disajikan di restoran adalah makanan Italia-Amerika.

B. Perdagangan

Perusahaan terlibat dalam aktivitas perdagangan dengan tujuan memperoleh potensi maksimal bisnis, termasuk perdagangan bahan makanan dan minuman yang terkait dengan operasional perusahaan.

C. Produksi dan Pengolahan Makanan

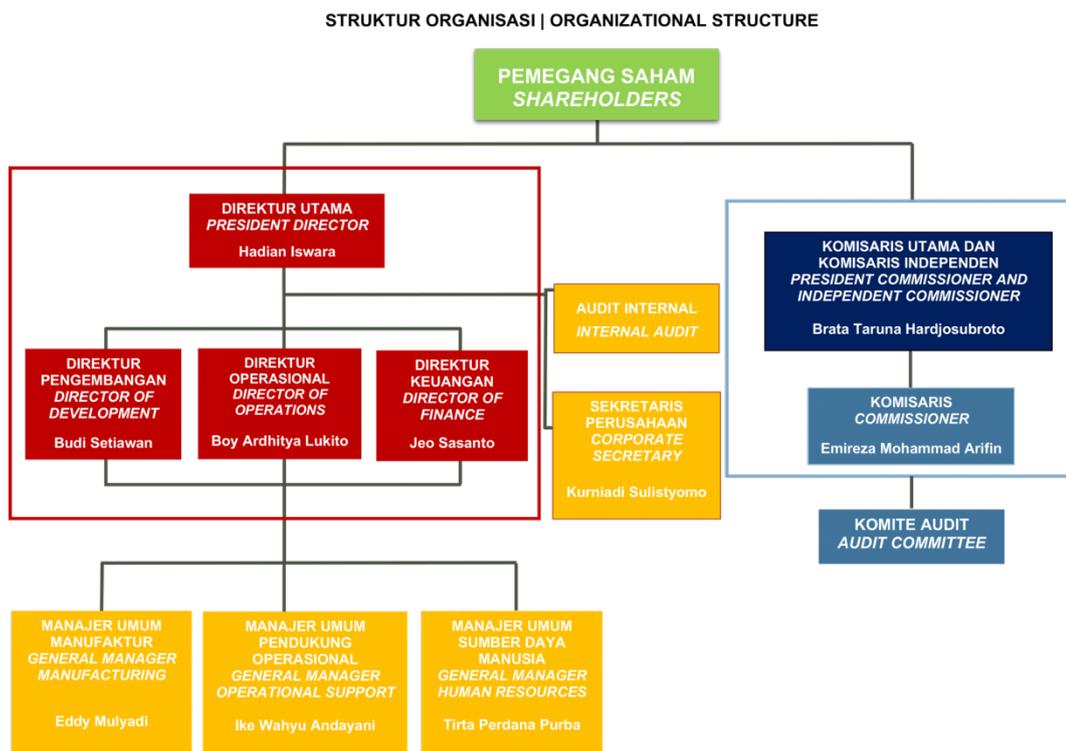
Pada kegiatan bisnis ini ada 3 kategori yaitu :

- Produk siap saji berupa makanan berbumbu, makanan olahan, makanan yang diawetkan dan makanan beku di kemasan berlabel. Produk ini termasuk daging sapi lasagna, pizza yang beku, daging, ikan, unggas, sayur serta hidangan kalengan.

- Pembekuan, pengalengan, pengasinan, dan manisan yang adalah bagian dari produk pengawetan dan pengolahan daging serta produk sejenis lain.
- Kue, roti, adonan, puff pastries dan produk sejenis lainnya.

2.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi perusahaan menjadi salah satu aspek yang memerlukan perhatian. Struktur organisasi penting untuk keberlanjutan perusahaan karena struktur organisasi akan memisahkan fungsi, tanggung jawab dan wewenang setiap jabatan. Berikut struktur organisasi PT. Sari Melati Kencana Tbk :



Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Sari Melati Kencana Tbk

Sumber : Annual Report PT. Sari Melati Kencana Tbk Tahun 2023

2.6 Deskripsi Pekerjaan

Berdasarkan struktur organisasinya, PT. Sari Melati Kencana Tbk membagi strukturnya ke dalam beberapa divisi. Setiap jabatan memiliki fungsi dan tanggung jawabnya yang terbagi sesuai dengan tugasnya masing-masing. Berikut deskripsi pekerjaan pada struktur PT. Sari Melati Kencana Tbk.

A. Rapat Umum Pemegang Sahap (RUPS)

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) adalah organ yang mengangkat anggota Direksi dan Komisaris, memutuskan kepentingan lain yang diusulkan dalam RUPS, menyetujui atau menolak laporan dari kedua dewan, menunjuk auditor eksternal, mengendalikan bagaimana dividen dibagikan kepada pemegang saham, dan melakukan regenerasi anggota

Direksi dan Komisaris. Ada dua elemen inti dari RUPS, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB), yang dapat dijalankan sesuai kebutuhan, dan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST), yang diadakan satu kali dalam setahun.

B. Dewan Komisaris

Komisaris utama, seorang anggota komisaris independen, serta seorang anggota komisaris merupakan struktur keanggotaan dewan komisaris. Tugas utama dewan komisaris adalah mengawasi kinerja direksi dan manajemen dalam melaksanakan tugas mereka, memberikan arahan dalam rapat dewan gabungan, mengawasi, menganalisis, dan meningkatkan penerapan prinsip-prinsip GCG di seluruh organisasi, serta mengevaluasi dan menyetujui rencana bisnis dan laporan tahunan direksi.

C. Direksi

Komposisi Direksi meliputi seorang Direktur Utama, seorang Direktur Operasional, serta seorang Direktur Pengembangan. Tugas direksi yaitu memberikan arahan kepada seluruh satuan divisi perseroan. Direksi berperan menjadi representasi perseroan ketika terjadi kasus hukum sampai batas tertentu. Secara rinci, tugas dan tanggung jawab direksi adalah melaksanakan seluruh tanggung jawab dan tugas manajemen sebaik mungkin, akuntabilitas dengan bijaksana sesuai tujuan dari perseroan.

D. Komite Audit

Selain menganalisis kebijakan dan prosedur lain yang berkaitan dengan operasional perusahaan, komite audit bertugas menilai laporan keuangan dan operasional yang telah disusun oleh direksi.

E. Audit Internal

Tugas audit internal mencakup pelaporan keuangan, melakukan audit terhadap seluruh aktivitas operasional, dan memastikan bahwa semua undang-undang dan standar bisnis yang berlaku dipatuhi. Sesuai dengan kebijakan perusahaan, audit internal juga bertanggung jawab untuk menilai seberapa baik sistem pengendalian internal dan manajemen risiko diterapkan dan membuat dan melaksanakan rencana audit internal tahunan.

F. Sekretaris Perusahaan

Memelihara catatan-catatan penting yang membantu dunia usaha, secara rutin memberikan nasihat kepada direksi dan dewan komisaris tentang kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal, mengikuti perubahan di pasar modal mengenai peraturan perundang-undangan terkait, dan membantu pelaksanaan GCG, termasuk pengungkapan dan ketersediaan, semuanya berada di bawah lingkup sekretaris perusahaan. Selain itu sekretaris perusahaan juga bertugas untuk membagikan informasi kepada masyarakat, termasuk melalui website dan penyampaian laporan secara cepat kepada OJK.

2.7 Identitas Responden

Identitas konsumen Pizza Hut yang menjadi responden pada penelitian ini bertujuan memperoleh informasi yang terkait dengan objek penelitian. Data mengenai identitas responden meliputi pendapatan, usia, pekerjaan, pendidikan terakhir, domisili, jenis kelamin, serta sosial media yang digunakan responden. Total responden pada penelitian ini sejumlah 150 orang.

2.7.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Pengumpulan data responden berdasarkan gender dibagi menjadi dua kelompok: laki-laki dan perempuan. Tabel di bawah ini menampilkan pengumpulan data responden berdasarkan gender.

Tabel 2.1 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	82	54,67
Perempuan	68	45,33
Total	150	100

Sumber : Olahan Data Primer (2023)

Dari tabel di atas didapatkan responden berjenis kelamin laki-laki dan perempuan terdistribusi relatif merata dengan persentase laki-laki dengan total 54,67% lebih banyak dari perempuan 45,33%.

2.7.2 Identitas Responden Menurut Usia

Data usia responden digunakan untuk mengetahui rentang usia para responden. Usia dapat menjadi pengukuran karakteristik tingkat kedewasaan seseorang. Berikut merupakan data berdasarkan usia responden :

Tabel 2.2 Identitas Responden Menurut Usia

Rentang Usia	Frekuensi	Persentase
18-20	19	13,33
21-25	105	70
26-30	22	14,67
>30	3	2
Total	148	100

Sumber : Olahan Data Primer (2023)

Dari tabel 2.2 identitas responden menurut usia didapatkan usia terbanyak adalah 21-25 tahun dengan persentase 70% lalu disusul dengan usia 26-30 tahun dengan persentase sebanyak 14,67%.

2.7.3 Identitas Responden Menurut Pendapatan

Data identitas responden menurut pendapatan digunakan untuk mengetahui variasi pendapatan dari responden. Berikut data responden menurut pendapatan.

Tabel 2.3 Identitas Responden Menurut Pendapatan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
<Rp 1.000.000	38	25,3
Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000	27	18
Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000	39	26
>Rp 5.000.000	46	30,67
Total	150	100

Sumber : olahan Data Primer (2023)

Dari tabel 2.3 didapatkan responden yang memiliki pendapatan di atas Rp 5.000.000,- merupakan jumlah responden terbanyak dengan persentasi 30,67% lalu disusul responden dengan pendapatan Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000,- dengan persentase 26%.

2.7.4 Identitas Responden Menurut Pekerjaan

Data identitas responden menurut pekerjaan digunakan untuk mengetahui variasi pekerjaan dari responden. Berikut data responden menurut pekerjaan.

Tabel 2.4 Identitas Responden Menurut Jenis Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar/mahasiswa	63	42
PNS	1	0,67
Pegawai Swasta	58	38,67
Wiraswasta	13	8,67
Freelance	10	6,67
Pegawai BUMN	1	0,67
Hospitality	4	2,67
Total	150	100

Sumber : olahan Data Primer (2023)

Berdasarkan tabel 2.4 dapat dilihat pekerjaan responden terbanyak yaitu sebagai pelajar atau mahasiswa dengan persentase sebesar 42% kemudian disusul pegawai swasta dengan persentase sebesar 38,67% dan wiraswasta sebesar 8,67%.

2.7.5 Identitas Responden Menurut Domisili

Data identitas responden menurut domisili digunakan untuk mengetahui variasi domisili dari responden. Berikut data responden menurut domisili.

Tabel 2.5 Identitas Responden Menurut Domisili

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Jawa Tengah	75	50
Jabodetabek	40	26,67
Jawa Timur	35	23,33
Total	150	100

Sumber : olahan Data Primer (2023)

Dari tabel di atas dapat dilihat dari total 150 responden, 50% diantaranya berdomisili di Jawa Tengah, 26,67% berdomisili di Jabodetabek dan 23,33% berdomisili di Jawa Timur.

2.7.6 Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Data identitas responden menurut Pendidikan terakhir digunakan untuk mengetahui Pendidikan terakhir dari responden. Berikut data responden menurut Pendidikan terakhir.

Tabel 2.6 Identitas Responden Menurut Pendidikan Terakhir

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
SMA	61	40,67
Akademi	3	2
Sarjana	84	56
Pasca Sarjana	2	1,3
Total	150	100

Sumber : Olahan Data Primer (2023)

Pada tabel 2.6 didapatkan persentase responden dengan pendidikan terakhir di sarjana memiliki persentase terbanyak sebesar 56% kemudian disusul responden dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 40,67%.

2.7.7 Sosial Media Yang Paling Sering Digunakan Responden

Data identitas responden menurut pendapatan digunakan untuk mengetahui variasi domisili dari responden. Berikut data responden menurut sosial media yang sering digunakan responden.

Tabel 2.7 Sosial Media Yang Paling Sering Digunakan Responden

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Instagram	95	63.33
Twitter	40	26.67
Tiktok	10	6,67
Facebook	5	3,33
Total	150	100

Sumber : Olahan Data Primer (2023)

Dari tabel di atas dapat diketahui sosial media yang paling banyak digunakan responden adalah Instagram dengan persentase sebanyak 63,33% kemudian terbanyak kedua yaitu Twitter sebanyak 26,67%.