

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN: STUDI KASUS OUTLET MAKANAN SIAP SAJI PIZZA HUT KOTA MOJOKERTO

Nurul Layli^{1*}, Putri Kurnia Oktaviani², Rafi Alfin Utama³, Rizkika Auliya Isnaini⁴, Miranti
Puspaningtyas⁵
^{1,2,3,4,5}Universitas Negeri Malang

* nurul.layli.1904226@students.um.ac.id

Abstrak

Semakin pesatnya perkembangan ilmu dan teknologi mengakibatkan perubahan pada seluruh sektor kehidupan, tak terkecuali perubahan gaya hidupnya. Salah satu perubahan gaya hidup yang terjadi adalah kecenderungan diri mengonsumsi makanan cepat saji, Restoran cepat saji seakan menjadi trend bisnis baru dengan berbagai strategi yang ditawarkan guna menarik pelanggan. Dengan persamaan produk yang dihasilkan ini, membuat persaingan antar restoran makanan cepat saji semakin terlihat. Tujuan dari penelitian ini untuk mempelajari strategi yang diterapkan Pizza Hut yang terletak di Kota Mojokerto karena setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Metode penelitian yang digunakan penulis adalah studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah pizza hut telah menerapkan strategi pemasaran dengan baik sehingga mampu bertahan di tengah kondisi pandemi saat ini.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, bisnis, gaya hidup.

Abstract

The rapid development of science and technology has resulted in changes in all sectors of life, including changes in lifestyle. One of the lifestyle changes that occur is the tendency to consume fast food. Fast food restaurants seem to be a new business trend with various strategies offered to attract customers. With the similarity of the resulting products, the competition between fast food restaurants is increasingly visible. The purpose of this research is to study the strategy applied by Pizza Hut which is located in Mojokerto City because every company must have the right strategy in marketing its products. The research method used by the author is observation. The result of this research is pizza hut has implemented a good marketing strategy so that it can survive in the midst of the current pandemic conditions.

Keywords: Marketing strategy, business, lifestyle.

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini perkembangan ilmu dan teknologi semakin pesat, dimana seperti yang kita lihat saat ini tidak hanya mengakibatkan perubahan pada sektor pendidikan dan ekonomi saja, melainkan juga pada perubahan gaya hidup. Perubahan gaya hidup pada masa globalisasi tidak bisa kita hindari begitu saja, dimana salah satu contoh perubahan gaya hidup yang terjadi adalah kecenderungan diri dalam mengonsumsi makanan cepat saji. Restoran cepat saji merupakan trend bisnis baru yang disambut oleh semua kalangan, melihat restoran cepat saji menjanjikan sebuah kepraktisan ditengah kesibukan masyarakat saat ini. Dengan berbagai strategi yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat menarik pelanggan sehingga penting buat perusahaan itu sendiri melakukan strategi yang pas dan sukses agar bisnis yang dijalankan dapat bersaing dan semakin maju.

Seiring berjalannya waktu, jumlah restoran makanan cepat saji di Indonesia semakin bertambah dengan berbagai variasi makan dan minuman yang ditawarkan. Bahkan tak sedikit restoran makanan cepat saji tersebut yang menghasilkan produk makanan atau minuman yang sama. Dengan persamaan produk yang dihasilkan ini, membuat persaingan antar restoran makanan cepat saji semakin terlihat. Maka, untuk menghadapi kondisi tersebut setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Hal ini bertujuan selain untuk meningkatkan daya beli masyarakat tetapi juga untuk mempertahankan posisi perusahaan di tengah iklim persaingan yang ada.

Pizza Hut merupakan salah satu brand makanan cepat saji yang sudah sangat familiar tidak hanya di Indonesia tetapi juga di dunia internasional. Di Indonesia sendiri, restoran pertama Pizza Hut berada di Gedung Djakarta Theatre pada tahun 1984. Kini, Pizza Hut sudah menyebar ke seluruh Indonesia bahkan telah mencapai lebih dari 500 outlet dari ujung barat ke timur negeri. Hal tersebut merupakan hasil dari penerapan strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pizza Hut. Perusahaan ini senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya serta selalu berinovasi dalam mengembangkan produknya. Maka tak heran jika saat ini, Pizza Hut menjadi salah satu brand makanan cepat saji yang banyak diminati oleh masyarakat bahkan dari berbagai kalangan.

Dengan melihat perkembangan bisnis yang terjadi pada Pizza Hut, membuat kami tertarik untuk mempelajari bagaimana strategi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam hal ini khususnya, kami ingin mengulik bagaimana strategi pemasaran dari Pizza Hut yang menjadikan brandnya sukses menjadi perhatian masyarakat luas. Untuk itu, kami melakukan survei terhadap salah satu outlet Pizza Hut yang terletak di Kota Mojokerto. Kemudian, hasil survei yang kami dapatkan dituangkan dalam laporan ini. Kami berharap semoga hasil survei yang telah kami lakukan, sedikit banyak dapat membantu pembaca dalam menganalisis strategi pemasaran yang tepat dalam rangka mensukseskan bisnis yang akan maupun yang tengah dijalankan.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran menurut Kotler (Kotler and Armstrong, 2012, p.72) adalah logika pemasaran dimana perusahaan berharap dapat menciptakan nilai bagi customer dan dapat mencapai hubungan yang menguntungkan dengan pelanggan. Strategi pemasaran adalah rencana yang disusun suatu perusahaan untuk yang menjelaskan pengaruh aktivitas pemasaran terhadap permintaan produk di pasar tertentu. Perusahaan bisa menggabungkan beberapa program pemasaran karena setiap program yang dijalankan tentu memiliki pengaruh yang berbeda beda. Oleh sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik. Mekanisme ini disebut sebagai strategi pemasaran.

Pizza Hut

Berawal pada tahun 1958 di Wichita, Kansas Pizza Hut muncul dari hasil pemikiran kreatif dua pemuda bersaudara bernama Dan dan Frank Carney. Hingga kini Pizza Hut menjadi jaringan restoran pizza terbesar di dunia, dengan hampir 12.000 cabang restoran yang tersebar di lebih dari 84 negara. Pizza Hut menyediakan bermacam-macam pizza dengan topping yang berbeda-beda Selain menyediakan pizza, Pizza Hut juga menyediakan berbagai macam makanan dan minuman seperti pasta, salad, sup, nasi, dan sebagainya

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus yang yang melibatkan pengamatan dan pembahasan suatu fenomena secara mendalam. secara sistematis. Metode kualitatif biasanya digunakan seseorang ketika akan meneliti terkait dengan

masalah sosial dan budaya. Menurut Sugiyono (2014) mengatakan bahwa metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang masih alamiah (natural setting). Seiring dengan perkembangannya, penelitian kualitatif kemudian terbagi menjadi beberapa macam jenis pendekatan. Creswell (dalam Sugiyono, 2014) membagi jenis pendekatan dalam penelitian kualitatif menjadi 5 bagian, yakni Fenomenologi, Etnografi, Studi Kasus, Teori Grounded, dan Naratif. Studi kasus merupakan suatu metode untuk memahami individu yang dilakukan secara integrative dan komprehensif agar diperoleh pemahaman yang mendalam tentang individu tersebut beserta masalah yang dihadapinya dengan tujuan masalahnya dapat terselesaikan dan memperoleh perkembangan diri yang baik (Susilo Rahardjo & Gudnanto, 2010).

Subjek dalam penelitian ini yaitu seluruh *outlet* Pizza Hut yang berada di Kota Mojokerto. Hal ini dipilih karena relevan dengan topik yang dibahas, yaitu untuk membahas strategi pemasaran Pizza Hut di Kota Mojokerto.

Teknis analisis data dalam penelitian ini mengacu dalam analisis reduksi data (data reduction), penyajian data (data display) serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/ verification*). Tahapan reduksi dilakukan oleh peneliti dengan melihat secara utuh dan berulang hasil video rekaman pada saat observasi, untuk mengeliminasi data yang akan dipakai dan dibuang. Data yang digunakan akan disajikan dalam bentuk teks naratif yang memudahkan pembaca kemudian peneliti akan menarik kesimpulan atas data yang telah disajikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isu-isu yang ada di dalam dunia pemasaran memiliki kaitan erat dengan bauran pemasaran (Sundalangi et al., 2014). Secara harfiah, bauran pemasaran sendiri dapat diartikan sebagai komponen strategi pemasaran dimana dalam penerapannya membutuhkan pengetahuan yang dalam dari sebuah entitas bisnis maupun usaha untuk menganalisis dan menggabungkan faktor-faktor yang ada seperti produk, harga, promosi dan lokasi untuk memaksimalkan keberhasilan perusahaan dalam menentukan dan menjalankan strategi pemasaran yang akan dijalankan (Heryati, 2020). Jika sebuah perusahaan mampu menggabungkan dan mendayagunakan faktor-faktor tersebut sebagai sebuah strategi untuk melakukan pemasaran dan mendapatkan konsumen maka hal tersebut dapat menjadi salah satu keunggulan entitas bisnis atau perusahaan tersebut dalam meningkatkan kemampuan dan kapasitas usaha melalui strategi pemasaran yang ada berdasarkan bauran pemasaran (Yoscerlin, 2020). Meskipun dalam praktiknya konsep bauran pemasaran ini dianggap sebagai konsep yang klasik namun dalam hakikat dan praktiknya bauran pemasaran merupakan sebuah konsep awal yang dapat dimanfaatkan untuk menentukan orientasi konsumen dalam artian menimbulkan keunggulan bagi konsumen atas produk atau jasa yang dikonsumsi atau dimanfaatkan dan terutamanya bagi perusahaan sebagai salah satu aspek dalam menentukan strategi pemasaran (Retnosary, 2015). Untuk lebih jelasnya terkait dengan variabel komponen bauran pemasaran studi kasus di Outlet Pizza Hut Kota Mojokerto dapat dilihat dalam tabel dibawah ini

No	Bauran Pemasaran	Implementasi / Temuan Lapangan
----	------------------	--------------------------------

1	Product	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan produk Terdapat banyak pilihan produk yang dijumpai pelanggan selain pizza dengan berbagai jenis varian nya juga tersedia pilihan menu lain seperti salad, nasi dan ayam, soup, dessert, minuman ringan dan sebagainya serta ditawarkan baik dalam bentuk satuan maupun paket untuk banyak orang. Pizza hut berinovasi dengan selalu update membuat menu baru, seperti ketika perayaan valentine pizza hut membuat menu pizza heart series, lalu saat bulan ramadhan pizza hut menghadirkan menu triple box yang cocok dimakan ketika beramai-ramai. 0. Kualitas, penyajian dan pengemasan Menu yang disajikan ketika pelanggan melakukan pemesanan dine in merupakan menu yang masih fresh atau dengan kata lain baru saja diolah sehingga membuat pelanggan dapat menikmati menu tersebut. Kemudian untuk pemesanan take away atau delivery, pihak outlet melakukan pengemasan terutama untuk menu pizza biasanya menggunakan box karton yang berbentuk persegi dengan alasan untuk memberi kemudahan bagi pelanggan dalam membawanya sehingga dapat lebih praktis dan juga memberi kemudahan bagi pihak outlet berupa kemudahan melipat sehingga tidak membutuhkan banyak waktu serta dapat
		<ol style="list-style-type: none"> 0. Nama menu Mayoritas menu yang ditawarkan menggunakan nama menu asing seperti tuna melt, blackpepper chicken/beef, american favourite, tuna aglio olio spaghetti, garlic bread, winter punch dan sebagainya. 0. Tingkat pelayanan & fasilitas Waitress bersikap ramah tamah dan profesional terhadap pelanggan dalam memberikan pelayanan baik saat menyajikan daftar menu yang tersedia, membantu melakukan pemesanan maupun saat mengantar menu ke meja pesanan. Selain itu secara fasilitas sudah sangat nyaman untuk pelanggan mulai saat masuk sampai keluar outlet dan juga berhubung masih di waktu pandemi, pihak outlet menyediakan fasilitas tambahan berupa tempat cuci tangan, hand sanitizer maupun area ruang dan kursi tunggu bagi pelanggan yang memilih take away.
2	Price	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat Harga Dalam outlet pizza hut, tersedia berbagai pilihan harga menyesuaikan dengan menu yang tersedia, salah satu menu yang paling banyak diminati pelanggan adalah paket bebas seharga Rp 35.000 dimana bebas memilih 1 menu main course dan 1 minuman dan juga terdapat beberapa promo misalnya melakukan pembelian 2 paket bebas akan mendapatkan free 1 garlic bread 2. Diskon & Potongan Penjualan Biasanya untuk diskon ataupun potongan banyak ditemui saat outlet pizza hut mengadakan promo spesial pada momen-momen tertentu seperti pada saat paket hari valentine, paket bulan ramadhan maupun event yang lainnya 3. Mekanisme Pembayaran

		<p>Terdapat banyak pilihan metode pembayaran yang dapat dipilih oleh pelanggan menggunakan baik secara cash maupun menggunakan e-money. Selain itu biasanya tersedia berbagai promo menarik jika pelanggan memilih melakukan pembayaran menggunakan e-money.</p>
		<p>Delivery order. Pizza hut menyediakan motor yang digunakan untuk mengantarkan pesanan secara gratis. Dari hasil observasi yang dilakukan di Pizza hut Kota Mojokerto, delivery order secara gratis hanya untuk daerah Kota Mojokerto saja, untuk daerah Kabupaten dikenai biaya tergantung pada jarak. Pendistribusian dari gudang pusat ke tiap store pizza hut dilakukan sesuai orderan dari tiap store. Persediaan apa saja yang dibutuhkan sehingga persediaan tidak kelebihan atau kekurangan. Pendistribusian menggunakan truk yang dilengkapi dengan pendingin dari gudang pusat untuk menjaga kualitas bahan baku.</p>
4	Promotion	<ol style="list-style-type: none"> 1. klan & publikasi Pihak pizza hut memanfaatkan beberapa platform media sosial misalnya seperti instagram untuk memperkenalkan dan mempromosikan produk yang dimiliki, selain itu mereka juga membuka layanan via website pizzahut.co.id dan call center agar jangkauan terhadap calon pelanggan semakin luas 2. Penjualan langsung Pihak pizza hut melakukan penjualan langsung dengan cara membuka outlet yang tersebar di beberapa kota di Indonesia, salah satunya yang terletak di kota Mojokerto. Selain itu mereka membuka layanan Pizza Hut Delivery (PHD) agar konsumen cukup melakukan pemesanan dari rumah dan tidak perlu datang langsung ke outlet terdekat. Kemudian pada saat pandemi dikala omset penjualan menurun, beberapa outlet Pizza Hut salah satunya termasuk di Kota Mojokerto melakukan penjualan dengan sistem jemput bola dimana biasanya menugaskan karyawannya untuk melakukan penjualan secara langsung di titik yang sudah ditentukan dan biasanya merupakan pusat keramaian seperti di pinggir jalan, alun-alun kota maupun pada saat pelaksanaan sebuah event tertentu
	Hasil	<p>Berdasarkan penjelasan dan hasil observasi yang sudah dipaparkan, beberapa strategi yang dilakukan oleh Pizza Hut diatas termasuk ke dalam strategi fungsional dimana strategi yang kami kaji lebih dispesifikan ke bidang strategi pemasaran yang dilakukan oleh Pizza Hut.</p>

SIMPULAN

Dalam menjalankan strategi pemasarannya pizza hut telah berkembang dan berinovasi dari ketidakpastian market di tengah pandemi saat ini. Strategi yang diterapkan baik dalam

jangka pendek maupun jangka panjang terbukti mampu membuat pizza hut bertahan hingga sekarang. Dari segi produk pizza hut menawarkan menu yang up to date dan melihat menu yang diminati pelanggan untuk terus dihadirkan. Harga yang ditawarkan juga bervariasi, terdapat harga untuk perorangan maupun paket untuk banyak orang. Pizza hut memberikan layanan dine dan take away dengan tempat yang nyaman dan luas, terdapat tempat indoor dengan AC dan tempat outdoor. Selain itu, seiring dengan perkembangan zaman pizza hut telah bekerja sama dengan aplikasi online seperti grabfood, gofood, dan shopee food. Pada awal pandemi pizza hut menerapkan penjualan sistem jemput bola dengan menugaskan karyawan turun ke jalan untuk menjual pizza hut. Untuk metode pembayaran yang ditawarkan di pizza hut juga beragam tidak hanya dengan cash, tapi juga bisa dengan e-money yang menawarkan banyak promo. Pizza hut aktif melakukan promosi di media sosial seperti instagram dengan memberikan informasi menu terbaru maupun promo yang berlangsung. Dapat disimpulkan pizza hut telah menerapkan strategi pemasaran dengan baik sehingga mampu bertahan di tengah kondisi pandemi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Heryati, I., & Fitriawati, D. (2020). Analisis Strategi Marketing Public Relations Pizza Hut Cimahi Di Tengah Pandemi Covid-19. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 97. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.7941Monigir>, Rivo Mandey, Silvy L.
- Retnosary, R. (2015). GREEN MARKETING APPLICATION STRATEGY FOR INCREASING CONSUMER SATISFACTION (CASE STUDY IN FAST FOOD BUSINESS COMPANY GROUP AT MALL KARAWANG). *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 1(1).
- Sundalangi, M. et al. (2014) 'Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Potongan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pizza Hut Manado', *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), pp. 313–324. doi: 10.35794/emba.v2i1.3829.
- Yoscerlin, Y. (2020). Pengaruh Lokasi dan Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pizza Boy Adam Malik Medan (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya)