

## 5. ANALISA LINGKUNGAN PERUSAHAAN

### 5.1. Analisa Lingkungan Mikro

#### 5.1.1. Perusahaan

Dalam menentukan visi, misi, strategi umum dan kebijakan perusahaan ditentukan oleh manajer puncak McDonald's Indonesia yang berada di *head office* Jakarta. Namun dalam menentukan program promosi, selain ditentukan oleh *head office* Jakarta, juga ditentukan oleh tim *marketing* setiap cabang McDonald's. Dalam McDonald's terdapat dua bagian departemen, yaitu departemen operasional dan departemen *marketing*. Kedua departemen ini sangat berhubungan satu sama lain. Departemen operasional lebih fokus untuk pelaksanaan operasional McDonald's seperti mewujudkan SQC&V; *Service* yaitu dengan memberikan pelayanan yang cepat; *Quality* yaitu dengan memberikan produk yang “*hot and fresh*”; *Cleanness* yaitu dengan menjaga kebersihan sesuai dengan standar McDonald's; *Value* yaitu dengan memberikan nilai tambah yang dapat dinikmati oleh pelanggan seperti keramahan pelayanan.

Departemen *marketing* lebih fokus pada kegiatan promosi yang berdasar pada SQC&V. Di McDonald's Cabang Basuki Rachmat Surabaya program promosi ada yang ditentukan oleh *market wide* dan *local store*. Dan promosi yang ditentukan oleh *local store* (LSM : *Local Store Marketing*) juga harus seijin dari *head office* Jakarta.

Seperti halnya program promosi, strategi repositioning pun juga telah mendapat ijin dari *Head Office* Jakarta. Walaupun strategi tersebut jika ditinjau dari bauran pemasaran, untuk masalah produk yang ditawarkan maupun harganya sama dengan produk dan harga yang ditawarkan di McDonald's cabang lainnya. Yang membedakan dengan McDonald's lainnya yaitu pada program promosi, sarana yang diberikan serta adanya interior ruangan yang berbeda.

Ada beberapa produk yang ditawarkan di McDonald's Cabang Basuki Rachmat yang tidak sesuai dengan target pasarnya, contohnya paket Happy Meal dan program McKids. Namun hal ini tidak dapat dihilangkan dari produk-produk McDonald's Cabang Basuki Rachmat.

### 5.1.2. Pemasok

Sebagian besar pemasok McDonald's adalah pemasok lokal. Kecuali untuk jeruk sebagai bahan baku produk *Orange Juice*; *Patties* sebagai bahan baku produk *Beef Burger*, *Chesee Burger* dan *Big Mac*; Kentang sebagai bahan baku produk *French Fries*, McDonald's masih harus bekerja sama dengan pemasok dari luar negeri. Ketersediaan, kekurangan dan keterlambatan pasokan diawasi oleh para manajer bagian operasional, khususnya manajer *ordering*. Namun pengiriman bahan-bahan yang dipasok tersebut tidak langsung ke McDonald's tapi melalui pihak ke dua yaitu PT. Simplot yang bekerjasama dengan McDonald's . PT. Simplot inilah yang mengirimkan bahan-bahan ke setiap *store* atau cabang McDonald's sesuai dengan *order* dari setiap cabang McDonald's tersebut termasuk McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya. Penentuan harga bahan-bahan yang dipasok tersebut ditentukan oleh pihak *head office* Jakarta dengan pihak pemasok.

### 5.1.3. Pelanggan

Dari lima tipe dasar pelanggan, pelanggan McDonald's termasuk pada pasar pelanggan yang terdiri dari individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Pelanggan McDonald's merupakan pelanggan dengan tingkat ekonomi menengah ke atas dan menurut data dari total transaksi (TC), khusus untuk McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya pelanggannya terus mengalami peningkatan, karena pelanggannya bukan hanya berasal dari segmen keluarga tetapi juga segmen kawula muda. Pelanggan dari segmen keluarga McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya tersebut tetap loyal meskipun McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya telah melakukan *repositioning*. Hal ini dikarenakan oleh McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya yang strategis, keramahan pelayanan, kecepatan pelayanan dan tidak sulit untuk mencari tempat parkir.

### 5.1.4. Pesaing

McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya memiliki *close competitor* yaitu KFC Gelael. Pesaing lainnya adalah Texas, A&W, CFC, dan Dundee yang berada di Tunjungan Plaza Surabaya. Sedangkan pesaing tidak langsung untuk McCafe adalah Excelso, Starbuck dan First Café Nescafe. Permasalahannya adalah

pesaing selalu berusaha untuk mengikuti program-program yang dilakukan oleh McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya. Namun McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya selalu berusaha melangkah lebih maju dengan memberikan nilai tambah, misalnya dengan diadakannya *live music*. McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya juga berusaha meningkatkan kepuasan pelanggannya melalui program *hospitality*. McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya menentukan strategi yang lebih unggul dari pada pesaingnya agar dapat tetap mempertahankan posisinya sebagai *market leader*, seperti melakukan *visit competitor*. Dengan program tersebut McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya dapat mengetahui apa saja yang dilakukan oleh pesaingnya sehingga McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya dapat membandingkan kinerjanya dengan pesaingnya.

#### 5.1.5. Masyarakat

Masyarakat dalam pengertian lingkungan mikro perusahaan merupakan kelompok yang mempunyai kepentingan aktual dan potensial terhadap atau berakibat pada kemampuan organisasi untuk mencapai tujuannya. Implementasi peran dari tipe masyarakat yang ada pada McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya adalah :

1. Masyarakat keuangan

Masyarakat keuangan membantu untuk penukaran uang dan penyimpanan hasil penjualan yang dilakukan oleh suatu instansi Securicor.

2. Masyarakat media,

Masyarakat media merupakan kelompok yang menyebar luaskan informasi kepada masyarakat luas. Dalam hal ini adalah televisi yang menayangkan iklan McDonald's, stasiun radio dan surat kabar lokal yang menginformasikan *event-event* yang akan diadakan oleh McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya.

3. Masyarakat umum

Sikap masyarakat umum terutama kawula muda terhadap produk dan aktivitas McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya dinilai positif, karena *event-event* yang diselenggarakan selalu kreatif dan inovatif. Namun terkadang dinilai negatif oleh aparat kepolisian karena *event-event* yang diadakan dianggap penyebab kemacetan arus lalu lintas terlebih McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya terletak di pusat kota.

#### 4. Masyarakat internal

Masyarakat internal dalam McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya meliputi semua *crew* dan tim manajemen dari McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya. Semuanya bekerja sama untuk mencapai satu tujuan dari McDonald's cabang Basuki Rakhmat Surabaya.

Dari analisa lingkungan mikro perusahaan dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang timbul adalah pada **perusahaan** dan pada **pesaing**. Langkah-langkah untuk mengatasi masalah tersebut adalah :

1. Perusahaan harus lebih kreatif baik dalam variasi produk, maupun program promosi yang dilakukan.
2. Perusahaan harus terus mengikuti keinginan dan minat dari target market yaitu kawula muda.
3. Perusahaan harus tetap menjaga kualitas produk yang ditawarkan dan terus memantau program-program yang dilakukan oleh kompetitor agar perusahaan dapat selangkah lebih maju dari kompetitor.

## 5.2. Analisa Lingkungan Makro

### 5.2.1. Lingkungan Demografi

Kebutuhan masyarakat yang semakin beragam, menciptakan suatu peluang pasar. Kebutuhan yang semakin beragam ini juga menyebabkan pergeseran perilaku masyarakat tentang pola makan. Masyarakat yang dahulu hanya makan di rumah atau di restoran-restoran tradisional, saat ini lebih menyukai makan di restoran-restoran siap saji. Keberadaan restoran siap saji, termasuk McDonald's sangat diminati dan bahkan telah menjadi kebutuhan bagi kawula muda di Surabaya yang mengutamakan kepraktisan pada saat mereka memesan makanan. karena data menunjukkan bahwa sebanyak 55,1% kawula muda di Surabaya memilih McDonald's sebagai restoran siap saji ( Jawa Pos, 5 April 2000 ).

### 5.2.2. Lingkungan Ekonomi

Terjadinya krisis ekonomi di Indonesia yaitu pada tahun 1998 sangat mempengaruhi penjualan McDonald's sebagai *fast food restaurant*. Pada saat itu,

penjualan McDonald's mengalami penurunan walaupun McDonald's tetap menduduki posisi sebagai *market leader*. Menurut keterangan dari Bpk Gilig Prakoso, Operation Manager McDonald's untuk Eastern Region, pada tahun 1998 tersebut di Surabaya terdapat satu gerai McDonald's yang tutup dan juga terjadi pengurangan karyawan McDonald's sebesar 10%-20%. Namun hal tersebut hanya terjadi pada tahun 1998 saja. Pada perkembangan selanjutnya sampai dengan tahun 2004 McDonald's mengalami peningkatan penjualan, demikian juga McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya. Hal ini didukung dengan perilaku konsumen yang tidak lagi menganggap *fast food* sebagai sesuatu yang mewah dan mahal.

### 5.2.3. Lingkungan Alamiah

Menyangkut sumber daya alam alamiah yang diperlukan sebagai input bagi perusahaan, perusahaan juga harus memberikan perhatian terhadap lingkungan. Begitu juga dengan McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya yang melakukan penggantian pada penggunaan karton *polystyrene* dengan kertas pembungkus yang dapat didaur ulang. Hal tersebut membuktikan bahwa McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya turut peduli atas lingkungan hidup dengan mengurangi pencemaran dan polusi. Alasan lain penggantian karton *polystyrene* dengan kertas pembungkus adalah karena bahan *polystyrene* merupakan bahan yang berbahaya bagi kesehatan tubuh manusia. Menurut artikel pada website Cydix blogspot.com, pada Juli 2001 Divisi Keamanan Pangan Pemerintah Jepang mengungkapkan bahwa residu *polystyrene* atau yang disebut juga *styrofoam* dalam makanan sangat berbahaya. Residu itu dapat menyebabkan endocrine disrupter (EDC), yaitu suatu penyakit yang terjadi akibat adanya gangguan pada sistem endokrinologi dan reproduksi manusia akibat bahan kimia karsinogen dalam makanan (“Info Kesehatan”).

### 5.2.4. Lingkungan Teknologi

Perkembangan teknologi yang baru menciptakan pasar dan peluang baru. Setiap teknologi baru akan menggantikan teknologi yang lama. Seperti halnya dalam industri restoran. McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya sebagai *fast food* restaurant sedikit banyak telah menyebabkan adanya peralihan konsumen dari

tradisional restoran ke *fast food restaurant*. Konsumen yang beralih tersebut sebagian besar merupakan konsumen yang mengutamakan kepraktisan dan kecepatan dalam penyajian makanan yang dipesan. McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya telah memiliki peralatan-peralatan masak yang lebih canggih dibandingkan restoran tradisional sehingga dapat mempercepat proses pemasakan dan penyajian makanan.

#### 5.2.5. Lingkungan Politik

Hal yang terkait dalam lingkungan politik salah satunya adalah perundang-undangan. Perundang-undangan tersebut diberlakukan salah satunya untuk melindungi konsumen dari praktek bisnis yang tidak wajar, seperti membuat produk yang bermutu rendah, menipu konsumen melalui pengemasan dan pemberian harga. Untuk melindungi konsumen, McDonald's Indonesia termasuk juga McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya diharuskan untuk memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia. Hal ini untuk menghilangkan keragu-raguan masyarakat Indonesia akan ke-halalan produk McDonald's, mengingat McDonald's merupakan produk dari Amerika dan juga mengingat masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Selain itu, McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya juga melakukan tes kebersihan dan kesehatan produknya pada Departemen Kesehatan kemudian menginformasikan kandungan gizi produk pada pelanggan. Baik McDonald's secara umum maupun McDonald's Cabang Basuki Rakhmat Surabaya akan mengalami masalah jika di lingkungan politik beredar isu-isu mengenai keadaan politik di Amerika yaitu isu bagaimana tindakan pemerintah Amerika dalam menyelesaikan masalah teroris. Sering kali masyarakat yang melakukan demonstrasi di Kedutaan Amerika maupun di perusahaan yang asalnya dari Amerika. Dan McDonald's adalah salah satu perusahaan yang asalnya dari Amerika. Mereka berpikir perusahaan tersebut adalah milik orang Amerika, tapi faktanya perusahaan tersebut adalah milik Warga Negara Indonesia dan juga seluruh pegawai serta pemasoknya adalah milik Warga Negara Indonesia. Dan bila mereka melakukan demonstrasi maka akan merugikan masyarakat Indonesia itu sendiri dan juga apa yang mereka inginkan tidak akan tercapai.

#### 5.2.6. Lingkungan Budaya

McDonald's sebagai restoran internasional berada pada negara yang memiliki kebudayaan yang berbeda-beda. Karena itu, terkait dengan budaya McDonald's juga menyesuaikan produk-produk yang dipasarkan dengan budaya negara tersebut. Di Indonesia, McDonald's menyesuaikan produknya dengan kebudayaan masyarakat Indonesia yang memiliki makanan pokok nasi yaitu dengan menawarkan produk berupa PaNas (Paket Nasi) yang terdiri dari nasi putih, ayam, telur dan sup. Dengan inovasi tersebut, maka masyarakat Indonesia lebih dapat menerima produk dengan cita rasa yang sesuai dengan masyarakat Indonesia. Selain itu, juga terjadi penyesuaian budaya pada untuk acara *birthday party* yang diadakan di McDonald's. McDonald's di Indonesia, mengadakan pesta ulang tahun bagi pelanggannya dengan pesta yang identik dengan kemeriahan dan keramaian. Hal tersebut berbeda dengan McDonald's yang ada di Amerika yang mengadakan pesta ulang tahun pelanggannya dengan sesuatu yang lebih hikmad. Mereka lebih mengutamakan makna dari hari kelahiran mereka dibandingkan dengan pesta yang meriah.

Dari analisa lingkungan makro perusahaan dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang timbul adalah pada **lingkungan politik**. Langkah-langkah untuk mengatasi masalah tersebut adalah :

- Mengubah cara pikir konsumen yang beranggapan bahwa selama ini McDonald's adalah perusahaan milik Amerika namun sebenarnya adalah milik investor Indonesia. Melalui event-event *public relation* misalnya dengan mengadakan event muhibah ramadhan bersama panti asuhan muslim seluruh Indonesia.