

## PELUANG PASAR GLOBAL PIZZA HUT

Yandi Suprpto<sup>1</sup>, Evelyn<sup>2</sup>, Jenny Yang<sup>3</sup>, Narumi Yuki<sup>4</sup>, Wenny<sup>5</sup>

Universitas Internasional Batam

yandi.suprpto@uib.edu<sup>1</sup>, evelyn@uib.edu<sup>2</sup>, jenny@uib.edu<sup>3</sup>,  
narumi@uib.edu<sup>4</sup>, wenny@uib.edu<sup>5</sup>

### *Abstract*

*Frequent marketing activities are also classy marketing work done all over the place. Global marketing opportunities exist for all entrepreneurs who can channel their innovation and creativity into emerging markets. Pizza Hut is a restaurant that was founded in 1958. This business first entered Indonesia in 1984, and it was also the first pizza restaurant in Indonesia at the time. The author's goal in carrying out this analysis is that pizza is an Italian dish that is very well known everywhere with a very unique and varied taste image, which is of course very popular with Indonesians. Based on the results of the analysis, there are six tasks in the global market.*

**Keywords:** *Opportunity, Market, Pizza Hut*

### **PENDAHULUAN**

Pemasaran global melibatkan perencanaan, produksi, penempatan, dan promosi produk atau layanan bisnis di pasar dunia. Ada lebih banyak pemasaran global daripada sekedar menjual barang dan jasa secara internasional. Ini merupakan proses konseptualisasi dan selanjutnya menyampaikan produk atau layanan akhir secara global. Perusahaan bertujuan untuk menjangkau komunitas pemasaran internasional. Pemasaran global ialah keterampilan khusus. Jika profesional pemasaran melakukan pekerjaannya dengan baik, mereka dapat melambungkan perusahaan mereka ke tingkat berikutnya. Pemasaran Global merupakan sebuah komitmen sumber daya organisasi dalam hal mencapai peluang yang ada pada pasar global serta cara tanggap

terhadap ancaman yang ada. Dapat diartikan berkomitmen lewat sumber daya pada suatu tim usaha dalam upaya pencapaian peluang dalam pasar global dan membalas ancaman yang didapatkan dari dalam pasar global sendiri. (Warren J. Keegan & Mark C. Green, 2017).

Aktivitas pemasaran yang sering juga merupakan kerjaan pemasaran yang berkelas yang dilakukan di semua tempat. Kesempatan pemasaran global ada bagi semua pengusaha yang dapat menyalurkan inovasi dan kreativitasnya ke pasar yang sedang berkembang. Sebab seorang pengusaha yang tangguh harus merupakan pengusaha yang pantang menyerah dan mampu menghadapi masalah. Dan tujuan pelaksanaan pemasaran global yaitu mengkoordinasikan kegiatan

pemasaran dalam batasan lingkungan global, memuaskan pelanggan global yang menjadi target organisasi dan menemukan pelanggan global baru untuk meningkatkan penjualan dan pangsa pasar.

Pizza Hut ialah rangkaian restoran multinasional di AS dengan waralaba internasional, yang berdiri di Wichita di 1958, oleh dua mahasiswa yang berkuliah di Universitas Negeri Wichita, sebagai salah satu pembuka lokasi yang ada di Wichita, Kansas. Enam bulan kemudian, mereka membuka lokasi kedua, dan dalam setahun, mereka memiliki enam restoran Pizza Hut. Saudara-saudara memulai waralaba pada tahun 1959. Gaya arsitektur ikonik Pizza Hut dirancang oleh arsitek Chicago George Lindstrom pada tahun 1963 dan diterapkan pada tahun 1969. Pepsi mengakuisisi Pizza Hut pada November 1977. Dua puluh tahun kemudian, Pizza Hut (bersama dengan Taco Bell dan KFC) didirikan oleh PepsiCo pada 30 Mei 1997, dan rantai restoran ketiga menjadi bagian dari perusahaan baru, Tricon Global Restaurant, Inc. Perusahaan itu bernama Yum! Bermerek 22 Mei 2002. Salah satu jenis industri makanan yang cukup berkembang pesat di Indonesia adalah Pizza Hut. Pizza Hut diakuisisi oleh perusahaan Pepsi Co. Pada tahun 1977, Pizza Hut diberikan kepada perusahaan Pepsi yang lebih kecil, Restoran Global Tricon (kemudian berganti nama menjadi Yum! Brands). Merek Yum! telah dilaporkan oleh Forbes sebagai salah

satu dari lima puluh perusahaan paling inovatif di dunia, yang mengalir ke setiap mereknya. Oleh karena itu tujuan dari Pizza Hut menjadi perusahaan inovatif yang memungkinkan konsumen menikmati produk-produk yang dibuat oleh Pizza Hut, Inc., dan memungkinkan basis konsumen yang terus berkembang.

Pizza Hut merupakan restoran yang berdiri pada tahun 1958. Usaha ini pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1984 yang juga merupakan restoran pizza pertama yang ada di Indonesia pada saat itu. Sekarang restoran pizza hut sudah sangat mudah ditemui di kota-kota Indonesia.

Global Market menurut Mardia yaitu pasar yang memiliki banyak perusahaan yang sedang beroperasi. Perusahaan-perusahaan ini bersaing satu sama lain untuk menawarkan, mempromosikan, menjual, dan bahkan membeli produk atau jasa. Sedangkan Menurut Philip Kotler & Kevin Lane Keller, Pemasaran global adalah upaya memprioritaskan semua sumber daya, seperti sumber daya manusia, aset fisik atau dana modal, dan banyak tujuan bisnis lainnya untuk menanggapi ancaman pasar global dan mewujudkan potensi serupa di pasar global (Kotler dan Keller, 2016).

Manfaat dalam Global Market yaitu Dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dengan meningkatkan kemampuan para pelaku bisnis yang mengoperasikannya. Dalam strategi

pemasaran global, pelaku bisnis harus kreatif setiap saat, mendapatkan ide dan strategi untuk menjual produk ke pelanggan global. Dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas, dengan menciptakan produk yang berkualitas. Hal ini akan memungkinkan pelanggan memiliki lebih banyak pilihan produk, terutama produk berkualitas tinggi, sehingga kehidupan mereka menjadi lebih baik. Dan dapat meningkatkan selera masyarakat, dengan menghasilkan produk yang sesuai dengan keinginan masyarakat suatu negara, maka penjualan akan lebih mudah, dan seringkali berhasil, sehingga perusahaan dapat terus berkembang terus menerus.

Adapun enam tugas dalam pasar global antara lain:

1) *Organizational Readiness*

Keadaan kognitif yang muncul saat anggota dalam organisasi memiliki sikap, keyakinan, dan pemikiran positif terhadap perubahan (Russell & Taylor, 2006). Senada dengan itu, Holt et. al, (2007) menunjukkan bahwa kemauan untuk berubah didefinisikan sebagai sikap yang komprehensif dipengaruhi pada saat yang sama oleh isi, proses, konteks dan orang-orang dari perubahan. Kesiapan kolektif mencerminkan sejauh mana individu cenderung untuk menyetujui, menerima, dan menerima rencana tertentu bertujuan untuk mengubah situasi saat ini. Kesimpulannya, *Organizational Readiness* atau

kesiapan organisasi ialah keadaan organisasi dimana baik anggota organisasi merasa dapat berkomitmen dalam melakukan perubahan organisasi dan percaya pada kemampuan organisasi tersebut.

Dalam memulai kegiatan bisnis kesiapan internal yang harus dihadapi dalam sebuah perusahaan seperti aspek dalam sumber daya manusia, aspek dalam teknologi, aspek marketing dan aspek keuangan sertadengan adanya perencanaan dalam memulai bisnis suatu perusahaan, penawaran nilai, manajemen tenaga kerja, struktur organisasi dalam suatu organisasi, serta kualitas dari produk yang akan dipasarkan. Harus juga memperhatikan mutu produk sebelum memulai bisnis internasional, apakah sudah sesuai dengan keinginan atau selera pasar bisnis internasional. Serta menghindari nilai tukar yang dapat merugikan perusahaan yang baru saja memulainya bisnis internasional.

2) *Product Sustainability*

Kesesuaian produk dan layanan pasar luar negeri dapat dimaksudkan dengan kualitas dari produk yang dijual belikan dipasar luar negeri, Menurut Kotler dan Keller (2016:37), kualitas produk adalah kemampuan untuk menjalankan fungsinya, kemampuan ini meliputi daya tahan, keandalan, akurasi, yang dicapai oleh produk secara keseluruhan,

sedangkan Menurut Tjiptono (2015:105), definisi kualitas secara tradisional kinerja sebagai deskripsi langsung dari produk, Keandalan, kemudahan penggunaan, estetika, dll. Dalam arti strategis, kualitas merupakan suatu yang dapat memberikan apa yang dibutuhkan konsumen, Menurut Arumsari (2012:45), kualitas produk merupakan faktor yang terkandung pada suatu barang atau hasil yang menyebabkannya sesuai dengan tujuan dari barang yang diproduksi. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan faktor terpenting dalam mempengaruhi apakah konsumen akan membeli atau tidak barang/produk yang dijual.

3) *Country Screening*

Penyaringan pasar merupakan analisa dan evaluasi pasar yang bisa membuat manajemen untuk mengidentifikasi sejumlah kecil pasar dengan menghilangkan pasar yang kurang berkompeten. Pemindaian Lingkungan adalah penyaringan pasar adalah proses yang mengharuskan perusahaan untuk memindai dunia untuk perubahan pengaruh lingkungan yang dapat mempengaruhi mereka. Untuk beberapa waktu, para manajer telah menggunakan pemindaian lingkungan selama proses perencanaan untuk memberikan informasi tentang ancaman dan peluang dunia.

Dapat diartikan sebagai mengidentifikasi tujuan bisnis untuk klien. Business to Consumer (B2C) adalah salah satu model penjualan yang paling populer dan terkenal. Proses penjualan produk dan layanan secara langsung antara bisnis dan konsumen, yang merupakan pengguna akhir dari produk atau layanan mereka. Sebagian besar perusahaan menjual langsung ke konsumen. Business-to-consumer mengacu pada proses bisnis di mana produk dan layanan dijual langsung ke konsumen tanpa perantara. B2C sering digunakan untuk merujuk pada pedagang online yang menjual produk dan layanan kepada konsumen melalui internet.

4) *Industry Market Potential Analysis*

Melemahnya permintaan pasar memberikan kepuasan pelanggan terhadap produk atau barang yang dicari di pasar. Menurut Djaslim Saladin (2003), konsep kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang timbul ketika citra seseorang terhadap kinerja (hasil) suatu produk dibandingkan dengan harapannya. Sedangkan menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan puas atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) dari produk yang bersangkutan,

dan menurut Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan adalah dasar tuntutan. Ini terjadi ketika konsumen mempertimbangkan kebutuhan dan keinginan mereka yang diharapkan terpenuhi dan sepenuhnya terpuaskan. Singkatnya, konsep kepuasan pelanggan adalah apa yang dicari atau dibutuhkan konsumen, baik barang maupun jasa, untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan. Produk atau layanan terbaik dan berkualitas tinggi adalah tujuan pelanggan.

5) *Foreign Partner Selection*

Menyaring dan memilih mitra bisnis yang memenuhi syarat, seperti distributor atau pemasok. Hal ini dapat diartikan sebagai salah satu saluran distribusi. Adapun fungsi dalam saluran distribusi antara lain:

- a) Informasi, kemampuan untuk mengumpulkan dan menyaring informasi yang masuk sebelum tersedia bagi konsumen. Dengan begitu, konsumen akan mudah mengakses informasi yang jelas dan detail.
- b) Negosiasi, yaitu suatu saluran yang bertujuan untuk mencapai kesepakatan harga berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku.
- c) Pembayaran, dan dalam setiap pembayaran biasanya ada tagihan dari perusahaan kepada konsumen. Faktur mengacu pada tagihan sebagai sertifikat transaksi.

d) Pemesanan adalah bagian penting dari distribusi. Dengan proses yang tepat, konsumen dapat lebih mudah memesan produk dari Anda.

e) Promosi adalah bagian penting dari melakukan bisnis. Promosi harus meyakinkan agar konsumen tertarik dengan bisnis Anda.

f) *Risk Taking*, channel ini juga menanggung berbagai resiko yang ada, sehingga bisnis akan tetap stabil. Jika ada masalah, distribusi siap untuk memperbaiki masalah tersebut.

6) *Estimate Company Sales*

*Potential*

Forecasting atau peramalan penjualan adalah fase memperkirakan penjualan di masa depan. Anda dapat melakukannya dengan memperkirakan jumlah produk yang akan dijual oleh departemen penjualan dalam minggu, bulan, tahun, atau periode tertentu. Sederhananya, perkiraan penjualan adalah ukuran bagaimana pasar akan merespons upaya perusahaan untuk mencapainya. Manfaat dari melakukan forecasting ini adalah:

- a) Membuat keputusan yang lebih tepat tentang penawaran di masa mendatang.
- b) Mengurangi saluran penjualan dan menilai risiko.

- c) Perbandingan kuota penjualan dengan ekspektasi keuntungan.
  - d) Mengurangi waktu yang diperlukan untuk merencanakan area cakupan dan menetapkan kuota.
  - e) Membuat referensi untuk mengetahui tren pasar di masa depan.
  - f) Memberikan kesempatan untuk memfokuskan departemen penjualan pada saluran penjualan dengan potensi penjualan yang tinggi untuk mencapai pengembalian yang maksimal dan optimal.
- Penting bagi pemilik bisnis baru untuk memahami dan menentukan potensi pasar dari produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu aspek terpenting dari potensi pasar adalah seberapa besar bisnis yang dapat dihasilkan suatu produk di masa depan dibandingkan dengan saat ini. Perusahaan juga dapat memperkirakan pangsa pasar perusahaan di pasar. Tentukan Potensi Pasar Ini adalah proporsi dari seluruh populasi yang semuanya dapat menjadi konsumen potensial dari suatu produk atau layanan. Potensi pasar adalah ukuran maksimum populasi yang tertarik dengan produk/jasa dan juga memberikan gambaran tentang peluang

pertumbuhan. Estimasi potensi disini adalah kerangka acuan yang mencakup penjualan perusahaan dalam memasarkan bisnis masing-masing target pasar, kualitas produk, kesesuaian pelanggan, seperti B. Inovasi produk untuk menarik pelanggan dan menilai daya saing di pasar yang semakin ketat.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam melakukan sebuah objek penelitian. Penulis perlu melakukan penentuan objek penelitian terlebih dahulu. Sebuah penelitian yang subjek objek penelitian mempunyai suatu peran yang sangat penting dan strategis dikarenakan dalam sebuah subjek objek penelitian data variable yang akan diamati oleh penulis. Dalam objek penelitian ini, penelitian yang akan dipilih oleh penulis yaitu *Pizza Hut* yang ada di Indonesia. Terdapat sebuah alasan mengapa penulis memilih *Pizza Hut* dikarenakan pizza merupakan sebuah masakan itali yang sangat terkenal dimana mana dengan citra rasa yang sangat unik dan bervariasi yang tentunya sangat digemari oleh warga Indonesia.

Definisi variabel aktif sebagai karakteristik atau atribut berharga seseorang, objek aktif memiliki perubahan yang berbeda tergantung pada apa yang digunakan oleh penulis untuk mempertimbangkan dan menarik kesimpulan. Setelah memilih

objek pencarian, diperlukan metode pencarian. Dalam penelitian ini, penulis akan menggunakan metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menitikberatkan pada pencarian objek dengan menggunakan data, menganalisisnya dengan menggunakan kombinasi teknik pengumpulan data. (Sugiyono, 2013: 15)

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode observasi tidak langsung. Observasi tidak dilakukan dengan menggunakan alat media sosial, seperti internet, media cetak, transkrip, dan hasil pencarian dengan masalah yang sama dengan subjek penelitian yang teridentifikasi. Observasi ini digunakan karena berfungsi untuk mengumpulkan informasi penelitian dan juga menjawab pertanyaan penelitian.

Populasi adalah bidang yang terjadi pada subjek atau subjek yang ciri dan kualitasnya telah diidentifikasi oleh peneliti untuk dipelajari atau ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2013). Berdasarkan penjelasan tersebut maka populasi penelitian ini adalah Pizza Hut yang ada di Indonesia.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Dari data-data yang didapatkan, dapat kita lihat bahwa pizza ini merupakan salah satu makanan yang asalnya dari Italia dan sangat digemari oleh masyarakat Indonesia.

Dari namanya dapat dipahami bahwa pizza hut merupakan salah satu usaha kuliner yang menjual makanan utama berupa pizza. Usaha Pizza hut ini menguntungkan karena banyak digemari oleh orang-orang. Peluang usaha ini bisa dibilang sangat prospektif karena respon masyarakat yang positif.

### ***Organizational Readiness***

Perusahaan Pizza Hut ini didirikan oleh dua bersaudara bernama Dan dan Frank Carney. Pada bisnis perencanaan suatu usaha efektif yang dapat membuat usaha memperoleh keunggulan yang kompetitif bisa dalam dua cara. Pertama yaitu dengan perencanaan organisasi yang efektif dapat mengurangi biaya birokrasi yang terutama disebabkan oleh komunikasi dan koordinasi antar fungsi, sehingga mengurangi struktur biaya perusahaan. Kedua, desain organisasi yang efektif juga membantu meningkatkan keterampilan dan kapabilitas di setiap rantai nilai perusahaan, yang dapat membantu menerapkan strategi diferensiasi perusahaan. Pencapaian Pizza Hut ini merupakan hasil yang berlandaskan empat budaya kerja. Pertama, kejujuran, pelayanan, integritas, disiplin dan kerjasama tim yang harmonis. Kedua, keunggulan dalam pelayanan, makanan dan akomodasi merupakan dasar untuk pendidikan berkelanjutan. Ketiga, pengembangan bisnis, pengembangan produk berkala dan pengembangan restoran mengikuti pengembangan sumber

daya manusia dengan kualitas standar internasional. Keempat, laba merupakan tujuan dari setiap usaha, yang berfungsi untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kesejahteraan dan produktivitas karyawan.

### ***Product Sustainability***

Pizza Hut sendiri sangat memperhatikan umur simpan produknya. Pizza Hut bisa dilihat di Indonesia. Sebagai bagian dari kampanye Go Green, Pizza Hut dan PHD (Pizza Hut Delivery) membuka restoran pertama yang menggunakan resin polimer berbasis singkong. Plastik bahkan bisa dimakan. Resin polimer terbuat dari serat singkong dan gliserin. Resin ini disebut Envirplast. Plastik biasa membutuhkan waktu ratusan tahun untuk terurai, sedangkan Enviplast dapat terurai dalam waktu enam bulan. Plastik ini juga lebih kuat, tebal dan lebih aman digunakan. Enviplast sebenarnya dua kali lebih mahal dari plastik biasa, namun PT Sarimelati Kencana, pemilik Pizza Hut dan PHD, masih menggunakan plastik ini untuk membungkus produk pizzanya. Karena merupakan bagian dari program Corporate Social Responsibility Pizza Hut yang bernama Pizza Hut Cinta Negeri.

### ***Country Screening***

Pizza Hut didirikan pada tahun 1959. Setahun kemudian, pada tahun 1959, Pizza Hut didirikan di Kansas dan Dick Hassur membuka waralaba pertamanya di Topeka, Kansas. Pada

awal 1960-an, Pizza Hut tumbuh berkat pemasaran yang agresif. Kemudian, pada tahun 1966, seiring bertambahnya jumlah waralaba Pizza Hut menjadi 145, sebuah kantor pusat didirikan untuk mengoordinasikan bisnis dari Wichita. Dua tahun kemudian, merek Pizza Hut pertama dibuka di Kanada. Asosiasi Waralaba Pizza Hut Internasional (IPHFHA) dibentuk. Perusahaan berencana untuk membeli 120 toko yang mewakili 40 persen dari toko waralaba perusahaan dan enam toko Pizza Hut yang dimiliki sepenuhnya oleh perusahaan. Logo atap merah saat ini kemudian ditambahkan ke nama Pizza Hut pada tahun 1969. Hanya butuh 13 tahun bagi Pizza Hut untuk menjadi restoran pizza waralaba pertama di dunia. Pada tahun 1971, Pizza Hut melampaui restoran pizza lainnya dalam hal penjualan dan jumlah toko. Pada tahun 1995, Pizza Hut membuat kulit pie isi. Penciptaan itu meningkatkan penjualan pizza. Pizza Hut juga menjadi perusahaan pertama yang mengantarkan pizza ke stasiun luar angkasa, Stasiun Luar Angkasa Internasional. Saat ini, Pizza Hut dibuka di semua negara dan memiliki lebih dari 16.000 toko di lebih dari 100 negara.

### ***Industry Market Potential Analysis***

Inovasi terbaru perusahaan, mereka merujuk temannya ke Pizza Hut. Untuk menarik pelanggan, Pizza Hut banyak mengadakan promosi pada saat event tertentu dan update menu baru setiap tiga bulan sekali.

Pizza Hut memiliki rating untuk masing-masing restoran, sehingga tata letak fasilitas dan kenyamanan lokasi juga dapat dijadikan sebagai strategi pertumbuhan. Semakin tinggi kelasnya, semakin tinggi kualitas restoran tersebut. Dalam menghadapi persaingan, Pizza Hut terus meningkatkan pelayanannya, antara lain: Contoh: Melayani pelanggan dengan ramah dan sopan serta menghindari waktu tunggu yang lama. Dilengkapi juga dengan inovasi menu seperti: Mengganti menu yang sudah tidak dibutuhkan pelanggan dengan menu baru dengan tetap mempertahankan menu yang masih diinginkan pelanggan. Selain itu, dibandingkan dengan para pesaingnya, Pizza Hut berusaha untuk mendorong inovasi. Semoga Pizza Hut selalu menjadi pionir dan perusahaan pizza terlaris. Pesaing utama Pizza Hut adalah Domino's Pizza, Papa John's, Olive Garden, McDonald's, KFC, dan Burger King.

#### ***Foreign Partner Selection***

Syarat yang harus dipenuhi oleh calon mitra adalah tempat usaha, dimana calon mitra harus terlebih dahulu memiliki tempat usaha. Mitra potensial akan bertanggung jawab untuk membangun restoran mereka sendiri. Namun, Pizza Hut memiliki banyak sumber daya untuk membantu calon mitra, termasuk nama-nama kontraktor yang berpengalaman membangun restoran Pizza Hut. Tim teknik dan arsitektur Pizza Hut kemudian akan memberikan standar bangunan kepada calon mitra. Mitra

potensial tidak akan diizinkan untuk menggunakan peralatan atau furnitur apa pun yang sudah mereka miliki. Karena calon mitra akan bekerja sama dengan Restaurant Supply Chain Solutions (RSCS) terkait standar dan spesifikasi furnitur, peralatan, dan pemasok yang disetujui. Pizza Hut juga mensyaratkan calon mitra untuk memiliki rekam jejak memiliki atau mengelola bisnis ritel atau restoran di industri restoran dan kemampuan untuk membangun staf mereka dan mengembangkan keterampilan mereka. Selain itu, calon mitra juga harus memberikan laporan kredit dan track record yang baik.

Pizza Hut memiliki franchise fee sebesar \$25.000 atau Rp390 juta untuk kontrak 20 tahun, meskipun total investasi awal berkisar antara \$297.000 atau Rp4 miliar hingga \$2.109.000 atau setara dengan Rp32 miliar. akan disesuaikan dengan jenis kemitraan. Selain itu, mitra akan diminta untuk membayar royalti berkelanjutan kepada perusahaan sebesar 6% per bulan dari total pendapatan, bersama dengan 4,75% dari total pendapatan tambahan yang akan dialokasikan untuk biaya iklan di Internet secara nasional. Selain itu, untuk membeli waralaba, pihak yang berkepentingan harus memiliki kekayaan bersih minimal \$700.000 atau setara dengan Rp10,9 miliar, dengan setidaknya setengahnya dalam bentuk tunai. Mengingat biaya ini, R&D Pizza Hut akan terus bekerja untuk mengembangkan produk baru yang inovatif dan menyempurnakan yang sudah ada. Mitra juga akan

menerima kalender acara mendatang dari pemasaran Pizza Hut, serta formulir pemesanan point-of-sale ("POP") dan materi pemasaran lainnya untuk program tertentu, promosi tertentu. Pizza Hut juga akan membayar biaya pelatihan dalam bentuk program pelatihan tunai selama 8 hingga 12 minggu yang dilakukan di restoran pelatihan bersertifikat di Plano, TX.

### ***Estimate Company Sales Potential***

Pizza Hut terkenal dengan masakan Italia-Amerika seperti pizza dan pasta. Pizza Hut memiliki lebih dari 16.000 toko di lebih dari 100 negara. Sebagai franchisee di Indonesia, kami memiliki hak untuk mengembangkan dan mengoperasikan restoran Pizza Hut di seluruh Indonesia di bawah IFA dengan Pizza Hut Restoran Asia Ltd. Saat ini, perusahaan tersebut merupakan pemegang lisensi utama Pizza Hut di Indonesia, bersama dengan toko bandara. Menurut artikel yang ada, penerapan sistem informasi manajemen pada layanan Pizza Hut akan meningkatkan penjualan perusahaan. Bidang sistem informasi bersinggungan dengan banyak teknologi kompleks, konsep operasi abstrak, dan banyak aplikasi khusus dalam domain bisnis dan non-bisnis. Kerangka kerja konseptual yang membantu mengatur pengetahuan yang disajikan tentang apa yang perlu Anda ketahui tentang sistem informasi manajemen untuk mendapatkan manfaat darinya.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pemasaran Global merupakan sebuah komitmen sumber daya organisasi dalam hal mencapai peluang yang ada pada pasar global. Kesempatan pemasaran global menyalurkan inovasi dan kreativitasnya ke pasar yang sedang berkembang. Seperti Pizza Hut, Pizza Hut merupakan restoran yang berdiri pada tahun 1958. Usaha ini pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1984 yang juga merupakan restoran pizza pertama yang ada di Indonesia pada saat itu. Sekarang restoran pizza hut sudah sangat mudah ditemui di kota-kota Indonesia. Di dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang menganalisisnya dengan menggunakan kombinasi teknik pengumpulan dan data Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah metode observasi tidak langsung berarti observasi yang tidak dilakukan dengan menggunakan alat media sosial dan hasil pencarian subjek penelitian yang teridentifikasi.

Dalam penelitian ini terdapat saran untuk pizza hut yaitu dapat selalu meningkatkan atau *improve* cita rasa serta inovasi baru yang dapat menarik perhatian pelanggan serta memperoleh keinginan dari pelanggan. Mempertahankan kualitas produk yang selalu bagus dan baru. Seperti mengecek apakah barang yang digunakan sudah kadaluarsa atau belum, makanan dan minuman yang dijual masih bagus atau sudah

rusak, dan sebagainya. pizza hut dapat selalu mengakses sosial media untuk membuat konten-konten baru di Instagram, facebook, tiktok dan lain sebagainya. guna untuk memberi informasi kepada pelanggan seperti

adanya diskon dan menu baru yang terdapat di pizza hut, dan bisa digunakan sebagai media untuk menarik perhatian pelanggan agar mengunjungi Pizza Hut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arumsari, D. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aqua. Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, 43.
- Djaslim Saladin, 2003. Intisari Pemasaran. Penerbit Linda Karya, Bandung.
- Holt, D.T., Armenakis, A.A., Feild, H.S. and Harris, S.G. (2007) Readiness for Organizational Change: The Systematic Development of a Scale. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 43, 232-255. <https://doi.org/10.1177/0021886306295295>
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Russell, R. S., & Taylor, B. W. (2006). Operations management: Quality and competitiveness in a global environment (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sugiyono, 2013, Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. (Bandung: ALFABETA).
- Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Keegan J Warren dan Green C Mark. 2017. Global Marketing. 9th Edition. Harlow: Pearson Education Limited.