

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Bab II ini berisi gambaran tentang McDonald's Indonesia yang bahannya disarikan dari *website* resminya di <http://mcdonaldsindonesia.com/> dan data internal perusahaan. Beberapa topik yang akan disampaikan dalam bab ini adalah mengenai deskripsi lokasi, produk dan pelayanan McDonald's Indonesia.

A. Deskripsi Lokasi

1. Sejarah McDonald's Indonesia

Masa pasca Perang Dunia I, Ray mencoba beberapa macam pekerjaan sebelum akhirnya ia memfokuskan diri sebagai seorang *salesman*. Tahun 1954 Ray dikejutkan dengan datangnya pesanan dalam jumlah besar berupa 8 *multi-mixer* dari sebuah restoran di San Bernardino, California. Di sana ia menemukan sebuah restoran yang berskala tidak terlalu besar namun terbilang sukses yang dikelola oleh Dick dan Mac McDonald, dan Ray mengagumi efektifitas pengoperasian restoran tersebut. Restoran ini memiliki menu yang terbatas, dengan memfokuskan pada beberapa jenis, yaitu *burger*, *fries*, dan minuman dimana dengan menu terbatas mereka dapat fokus pada setiap detil tahap produksi agar sesuai dengan standar kualitas yang tinggi.

Kepada kakak-beradik tersebut, Ray mengungkapkan visinya untuk membuka cabang restoran McDonald's di seluruh penjuru Amerika. Di tahun 1955, Ray mendirikan *McDonald's Corporation*, dan lima tahun kemudian beliau memiliki hak eksklusif atas merk McDonald's. Tiga tahun kemudian, McDonald's berhasil menjual 100 juta hamburger. Perjalanan sukses Ray Kroc berawal dari sebuah ide untuk membangun jaringan restoran yang identik dengan kualitas tinggi, konsistensi serta keseragaman metode produksi. Beliau hendak menyajikan *burgers, buns, fries* dan minuman yang bercita rasa sama dimanapun juga.

Ray menyatukan visi dengan pihak *franchisee* (penerima waralaba) dan pihak *supplier* (pemasok). Ia meyakinkan dan memotivasi mereka untuk bekerja sama dengan McDonald's, dan bukan untuk McDonald's. Ray menciptakan slogan "*In business for yourself, but not by yourself*" (bekerja untuk diri sendiri, namun tidak bekerja sendiri). Etos kerja jaringan restoran McDonald's ini didasari oleh prinsip 3 kaki yang menopang berdirinya sebuah bangku ("*3-legged stool*") : kaki pertama adalah McDonald's, kaki kedua adalah *franchisee* dan yang ketiga adalah *supplier*. Tanpa salah satu kaki, bisnis tidak akan berjalan optimal.

Ray Kroc adalah pribadi yang sangat memandang tinggi jiwa kewirausahaan. Hal ini ditunjukkan oleh penghargaan-penghargaan yang diberikannya kepada para *franchisee* atas kreativitas individual mereka. Bahkan produk-produk McDonald's yang paling populer seperti Big Mac

dan Filet-O-Fish lahir dari kreasi *franchisee*. Meski memberi kebebasan penuh untuk berkreasi kepada para franchisee, McDonald's tetap menuntut standar utama mereka, yaitu QSC&V (*Quality, Service, Cleanliness and Value*).

2. McDonald's Indonesia store Jl. Jendral Sudirman

McDonald's Sudirman terletak di pusat kota Yogyakarta yang menjadi salah satu restoran pertama Drive Thru McDonald's Indonesia di wilayah Yogyakarta yang telah memiliki 100 member dengan fasilitas mendapatkan ice cone setiap kali melakukan transaksi. Store McDonald's Sudirman buka selama 24 jam *non-stop* dan menawarkan layanan McDelivery Service, yaitu pelayanan melalui telepon dengan menekan +62-274-555232 atau 555231. McDonald's Sudirman juga menyediakan berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh McDonald's antara lain *Birthday Party*, dengan penawaran paket ulang tahun bagi putra-putri dari konsumen yang ingin merayakan ulang tahunnya. Sehingga berbagai fasilitas yang dapat dinikmati konsumena ialah adanya layanan *drive thru*, McDelivery Service, McKids yang merupakan wadah bagi anak-anak berusia 4-12 tahun yang menjadi klub anak-anak dapat belajar dengan menyenangkan, dimana setiap hari jumat diadakan *Friday Kid's* pukul 15.00-16.30 WIB, *birthday party*, toilet, ac dan musik. Bagi anak-anak muda yang lebih suka menghabiskan waktu dengan teman-temannya "nongkrong" McDonald's Sudirman setiap hari minggu mulai dari jam 10.00-12.00 WIB memutarakan music dari radio prambors.

3. Visi dan Misi

Visi

Visi McDonald's adalah menjadi restoran cepat saji dengan pelayanan terbaik di dunia. Untuk mencapai visi ini, McDonald's selalu menjamin mutu produk-produknya, memberikan pelayanan yang memuaskan, menawarkan kebersihan dan keamanan produk pangan serta nilai-nilai tambah lainnya. Bagi McDonald's, senyum setiap pelanggan adalah hal terpenting.

Misi

1. Menjadi perusahaan terbaik bagi semua karyawan kami di setiap komunitas di seluruh dunia
2. Menghadirkan pelayanan dengan system operasional yang unggul bagi setiap pelanggan kami di setiap restoran cabang McDonald's.
3. Terus mengalami perkembangan ke arah yang menguntungkan sebagai sebuah *brand*, serta terus mengembangkan system operasional McDonald's ke arah yang lebih baik lagi lewat inovasi dan teknologi.

4. Logo

GAMBAR 2.1

Logo McDonald's



Sumber: pengolahan data sekunder 2013

McDonald's memiliki logo yang termasuk kedalam jajaran 10 top logo terkenal di seluruh dunia. McDonald's memiliki logo khas dengan menggunakan huruf me yang membentuk huruf "M" (Double Arched "M" symbol) berwarna khas kuning. Lambang dua lengkungan M ini baru muncul mulai 18 November 1968, saat perusahaan mendaftarkan merek logo itu, dan menjadi logo yang sangat terkenal hingga saat ini (<http://top10.web.id/>)

B. Penjelasan Poduk

1. Kualitas Bahan Pangan Produk

- a) 100 % daging sapi halal, tanpa bahan pengawet dan penyedap tambahan, disiapkan dan dikemas di pusat pengolahan daging yang telah di sertifikasi oleh McDonald's.
- b) Daging ayam, telah memenuhi spesifikasi fisik dan bebas bakteri. Bentuk potongan dan beratnya harus konsisten.

- c) Roti, diproduksi oleh pemasok lokal dan diantar beberapa kali dalam seminggu agar tetap segar.
- d) Sayuran, irisan selada segar, bawang dan acar mentimun yang menjadi bahan pelengkap burger.
- e) Keju, berperan penting dalam pola makan yang seimbang karena mengandung banyak nutrisi.
- f) Kentang, terkenal diseluruh dunia dihasilkan dari kentang berkualitas terbaik jenis *Russet Burbank* yang khusus ditanam untuk McDonald's di ladang pilihan di seluruh dunia.
- g) Telur Segar, telur yang segar dan berkualitas tinggi, yang sebelum diolah, telur selalu diolah dan dicuci hingga bersih dengan larutan anti bakteri. Cangkang telur diberi lapisan minyak tipis yang aman agar tetap segar dan kemudian disimpan didalam lemari pendingin.
- h) Garam, sebagian besar produk makanan mengandung garam dengan jumlah yang sebanding dengan bahan pangan yang umum dikonsumsi dirumah.
- i) Ikan, filet daging segar tanpa kulit, yang telah dibekukan dalam temperature yang diatur untuk mempertahankan kegesarannya.
- j) Sertifikasi Halal, telah mendapat sertifikat halal dari LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia)

2. Produk McDonald's dan Harga

TABEL 2.1

Daftar Produk dan Harga Produk McDonald's Indonesia

Paket	Produk	Deskripsi	Harga
Menu Andalan		Chicken McD 2 potong ayam goreng gurih dan renyah	A la carte Rp. 21.091 Nasi&Drink Rp. 27.000 Fries&drink Rp. 32.545
		Panas Special Nasi, 1 potong ayam, telur dan minum ukuran medium	Dengan drink Rp.22.000 Dengan sup Rp 26.000
		Big Mac 3 tumpuk roti burger dengan taburan wijen diatasnya, 2 lapis daging sapi, selada segar, keju, acar, saus big mac, potongan bawang	A la carte Rp 22.000 Paket Rp 34.000
		Cheeseburger Roti burger, daging sapi, keju, saus tomat, acar, potongan bawang dan mustard.	A la carte Rp. 16.000 Paket Rp. 29.000
		Double Cheeseburger Roti burger, 2 lapis keju, saus tomat, acar,	A la carte Rp 22.000 Paket Rp 34.000

		potongan bawang, dan mustard	
		Filet-O-Fish™ Roti burger, ikan berlapis tepung gurih, saus tartar, keju	A la carte Rp 19.000 Paket Rp 32.000
		McNuggets™ Nugget ayam dengan pilihan saus sweet&sour atau barbeque. Tersedia dalam pilihan 4, 6 dan 9 potong.	A la carte Rp. 16.000 Paket Rp 29.000
		McChicken™ Roti burger dengan taburan wijen diatasnya, daging ayam, selada segar, saus McChicken	A la carte Rp 20.000 Paket rp 32.000
		McSpicy™ Chicken Burger dengan daging paha ayam tanpa tulang yang empuk dan renyah dan dilengkapi dengan selada segar dan saus istimewa didalam roti berwijen	
Menu Hemat Setiap Hari		Chicken Burger Roti burger, daging ayam, selada segar, saus McChicken. Tersedia jam 11 - 5 pagi	Rp 9.000
		Chicken Snack Wrap Daging ayam dengan saus ayam spesial dan lettuce dibalut dengan	

		<i>tortilla</i> lembut	
		<i>Eggburger</i> Roti burger dan telur mata sapi. Hanya tersedia jam 5 - 11 pagi	
		<i>Hash Brown</i> Kentang bertekstur yang renyah. Hanya tersedia jam 5 - 11 pagi	A la carte Rp 7.000
		<i>Bubur Ayam</i> Bubur, taburan stik keju dan irisan ayam. Tersedia sepanjang hari	Rp 5.000
		<i>Sup Ayam</i> Sup hangat dengan potongan ayam, campuran wortel, buncis dan kacang polong. Tersedia sepanjang hari	Rp 5.000
		<i>Beef Burger</i> Roti burger daging sapi, saus tomat, acar, potongan bawang dan mustard. Tersedia jam 11 - 5 pagi.	Rp 9.000
		<i>Spaghetti</i> Pasta spaghetti disajikan hangat dengan saus daging dan keju. Tersedia jam 11 - 5 pagi	Rp 5.000

		<p><i>French Fries</i></p> <p>Kentang goreng renyah. Tersedia jam 11 - 5 pagi</p>	<p>Rp 6.000</p>
		<p><i>Sundae</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan topping coklat/strawberry tersedia sepanjang hari</p>	<p>Rp 5.000</p>
		<p><i>McFloat</i></p> <p>Coca cola/ Fanta, es krim vanilla, dan topping coklat/strawberry tersedia sepanjang hari</p>	<p>Rp 6.000</p>
		<p><i>McFlurry Choco & McFlurry Warna Warni</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan campuran bubuk Milo atau permen coklat warna- warni tersedia sepanjang hari</p>	<p>Rp. 6000</p>
		<p><i>Minuman</i></p> <p>Tehbotol Sosro, Coca Cola, Fanta, Sprite, Nestea, Prim-A, Happy Jus, dan Fruit Tea, Milo, orange juice, teh dan kopi pilihan tersedia sepanjang hari.</p>	<p>Rp 5.000</p>

Menu Mantap		Mantap Ayam Nasi, satu potong ayam goreng gurih dan renyah dan minum ukuran regular. Rp. 15.000,- (belum termasuk pajak)	Rp. 15.000,- (belum termasuk pajak)
		Mantap Burger Kentang, satu burger dan minum ukuran regular. Rp. 15.000,- (belum termasuk pajak)	Rp. 15.000,- (belum termasuk pajak)
Menu Sarapan		Big Breakfast Perpaduan <i>English Muffin</i> panggang yang disajikan dengan <i>Sausage</i> daging ayam gurih, renyahnya <i>hash brown</i> serta lembutnya <i>scrambled egg</i>	A la carte Rp. 24.000 Paket Rp 28.000
		Egg McMuffin™ English muffin, dengan daging ayam asap, telur, keju	A la carte Rp 16.000 Paket Rp 19.000-24.000
		Sausage McMuffin™ English muffin, sosis ayam khas McDonald's, keju	A la carte Rp 15.000 Paket 19.000-24.000
		Sausage McMuffin with egg English muffin, sosis ayam khas McDonald's, keju	A la carte Rp 18.455 Paket Rp 22.000-27.000
		Hotcakes™ 3 Potong <i>pancakes</i> , mentega dan <i>maple</i>	A la carte 14.000-19.000 Paket Rp

		<i>syrup</i>	18.000-23.000
		Hash Brown Kentang bertekstur yang <i>crispy</i>	Rp 7.000
		SpongeBob Squarepants (untuk 26 April – 23 Mei 2013)	
Happy Meal™		Happy Meal A 1 potong ayam, 1 minum regular dan 1 mainan Happy Meal	Rp 20.000
		Happy Meal B 4 potong McNuggets, 1 minum regular dan 1 mainan Happy Meal	Rp 22.000
		Happy Meal C 1 porsi Spaghetti, 1 minum regular dan 1 mainan Happy Meall	Rp 19.000
		Happy Meal D 1 cheeseburger, 1 minum regular dan 1 mainan Happy Meal	Rp 22.000
Pencuci Mulut		Ice Cream Cone Es krim vanilla lembut di atas cone renyah	

		<p><i>Choco Top</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dilapis coklat di atas cone renyah</p>	
		<p><i>McFlurry™ Choco</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan campuran bubuk Milo</p>	
		<p><i>McFlurry™ Caramel Crunch</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan campuran sirup karamel, <i>chocolate chip</i> dan <i>cornflake</i></p>	
		<p><i>McFlurry™ Coffee Crunch</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan campuran sirup kopi, <i>chocolate chip</i> dan <i>cornflake</i></p>	
		<p><i>McFlurry™ Warna Warni</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan campuran permen coklat warna-warni</p>	
		<p><i>Sundae Strawberry</i></p> <p>Es krim vanilla lembut dengan topping strawberry tersedia sepanjang hari</p>	

		<i>Sundae Choco</i> Es krim vanilla lembut dengan topping coklat tersedia sepanjang hari	Rp 6000
Pilihan Minuman		Tehbotol Sosro, Coca Cola, Fanta, Sprite, Nestea, Prim-A, Happy Jus, dan Fruit Tea, Milo, orange juice, teh dan kopi pilihan tersedia sepanjang hari	Rp. 5000
		<i>McFloat®</i> Coca cola/ Fanta, es krim vanilla, dan sirup coklat/strawberry	Rp. 6000
Promo Highlight		<i>Ice Coffee®</i> Kopi dengan 100% biji kopi Arabica berkualitas yang disajikan dengan campuran susu dan gula dalam keadaan dingin	
		<i>Minuman tersaji hangat</i> Teh dan kopi tersedia sepanjang hari	

Sumber: pengolahan data sekunderr 2013.

C. Sistem Pelayanan McDonald's Indonesia

1. Keunggulan Pelayanan

- a) *Made for You*, selalu menerapkan standar keamanan dan kualitas makanan yang sangat ketat, mulai dari pemilihan bahan baku, persiapan dan proses pemasakan.
- b) Kebersihan restoran, lantai selalu dibersihkan beberapa kali sehari agar tetap bersih tapi juga untuk menghindari kecelakaan yang menimpa pelanggan, wastafel dan toilet juga selalu dicek.
- c) Prosedur Kebersihan, mewajibkan karyawan restoran untuk mencuci tangan mereka sebersih mungkin sebelum mulai bekerja, serta menggunakan sarung tangan sekali pakai.
- d) Mainan *Happy Meal*, menggunakan jasa konsultan *Safety Specification Manual*, perusahaan konsultan yang bertugas memastikan produk mainan yang diproduksi bersifat aman melalui pengawasan dipabrik, dan uji coba produk.

2. Convenience & Family Marketing

a) **Convenience**

Arah komunikasi yang dilakukan oleh *convenience* lebih ke *below the line* dan bukan *above the line*. Bagaimana untuk mengikat *loyalty* dari konsumen dan bukan sekedar *awareness*. Pada dasarnya, *convenience* berarti kenyamanan. McDonald's ingin memberikan kenyamanan dengan berbagai servis yang diberikan untuk pelanggan.

Dalam *convenience* tergabung *McDelivery Service (MDS)*, *Kiosk*, *Drive Thru (DT)* dan *McCafe* serta *event*.

1) *Drive Thru*

Berarti menyampaikan pesan melalui kendaraan. *Tagline DT* adalah “buru-buru? Lewat *Drive Thru*”. Kelebihan dalam pelayanan ini ialah dengan 90 detik pelayanan. *Drive Thru* terdapat di 56 *store* nasional. Didalam *Drive Thru* terdapat arahan dengan menggunakan *booth*, terdapat 2 hingga 3 *booth*. *Booth 1* untuk memesan, *booth 2* untuk membayar dan *booth* ketiga untuk mengambil pesanan. Tetapi seiring berjalannya, terkadang hanya terdapat *booth 1 & 2* atau *booth 1 & 3*. Untuk program yang terbaru terdapat COD yaitu *Customer Order Display*, tetapi hanya ada di *store-store* yang baru dibuka oleh McDonald’s, sekitar 16 *store* yang memiliki COD. DT diadakan untuk mendukung penjualan sehingga konsumen tetap dapat menikmati McDonald’s diluar yang datang ke *store*. Untuk *image* McDonald’s akan tetap terlihat diluar meskipun tidak di *store* Karena konsumen membawa pesanan diluar dalam menjalankan kegiatannya.

GAMBAR 2.2
Program promo Drive Thru



Sumber: pengolahan data sekunder 2013

Menempelkan stiker Drive Thru dikendaraan, maka akan mendapatkan gratis menu McDonald's disertai dengan paket pembelian apa saja melalui drive thru (kecuali paket mantap).

GAMBAR 2.3
Alur Drive Thru McDonald's



Sumber: pengolahan data sekunder 2013

GAMBAR 2.4
Alur COD McDonald's Indonesia.



Sumber: pengolahan data sekunder 2013

2) *McDelivery Service*

Pertama kali diadakan di Filipina melihat jika konsumen juga memiliki kesibukan yang juga tidak dapat datang ke *store*. Inovasi baru yang diberikan ialah dengan adanya *McStop* yaitu sebuah *booth* yang disediakan dimana dapat menjaring *customer*, dimana mereka dapat berhenti dan kemudian dapat memesan disana. Inovasi ini berasal dari McDonald's Indonesia yang kemudian menyebar ke seluruh dunia. Jika terdapat inovasi yang baru dan dianggap memiliki progress yang baik maka akan dikembangkan ke seluruh cabang McDonald's di seluruh dunia.

GAMBAR 2.5
McDelivery Service



Minimal order Rp. 20.000,00 sudah termasuk pajak.
Ongkos kirim Rp. 10.454,00 (belum termasuk pajak). Harga dapat berbeda dengan harga di restoran. Jarak terbatas.

b) *Family Marketing*

Perlakuan komunikasi untuk masing-masing bagian yang termasuk dalam *Family Marketing* hampir sama 1 dengan yang lainnya, karena pada dasarnya bagian-bagian tersebut berhubungan dengan keluarga, *mom&kids*. Aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh *Family Marketing* terkait kategori kerjasama dengan pihak eksternal untuk mendukung pemasaran McDonald's terbagi menjadi 2 aktivitas yaitu aktivitas yang dilakukan untuk *Birthday Party* dan *McKids Club*.

1) *Birthday Party*

Birthday Party termasuk kedalam aktivitas komunikasi skala nasional yang dilakukan oleh McDonald's Indonesia. Meskipun

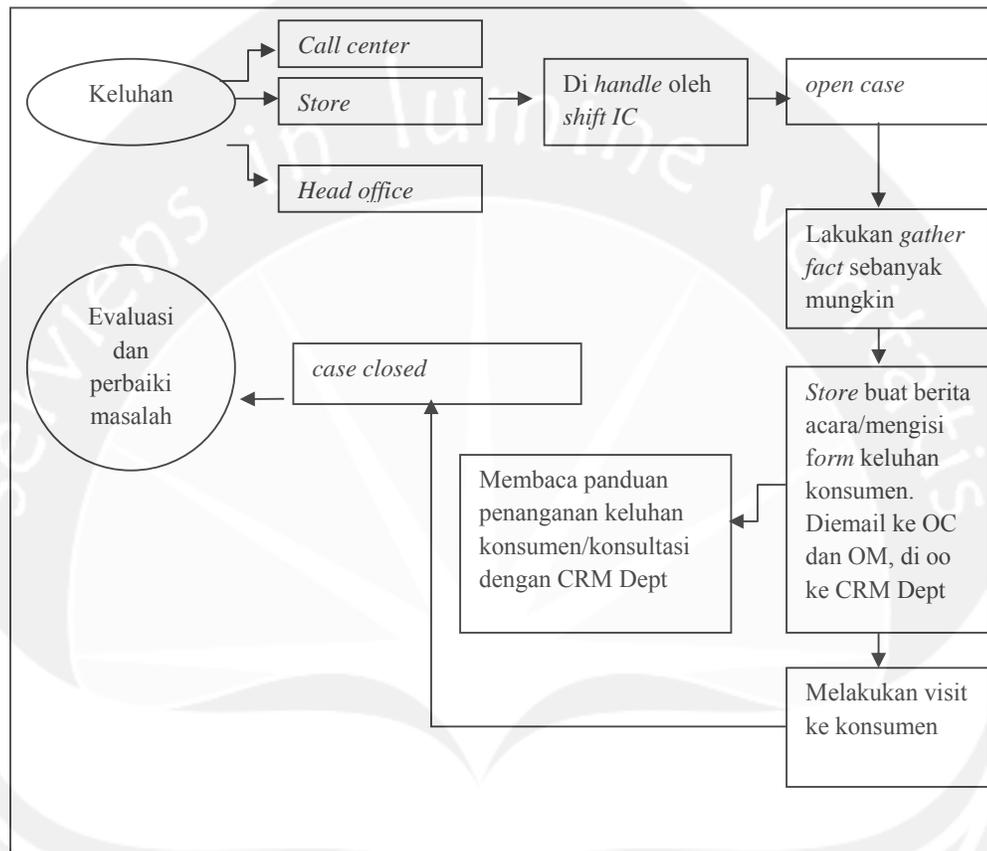
termasuk kedalam skala nasional, dalam menjalankan aktivitas komunikasi pemasarannya tidak menggunakan agensi melainkan dilakukan oleh *Head office* McDonald's Indonesia sendiri. Aktivitas komunikasi pemasaran dalam *Birthday Party*, lebih diarahkan kepada *Moms* yang merupakan pengambil keputusan. Materi Komunikasi untuk mengkomunikasikan adanya *Birthday Party* ialah berupa brosur, poster, beserta dengan aksesoris yang dibutuhkan dalam *birthday party* seperti topi ulang tahun, balon, dekorasi, kartu undangan, *souvenir* dan hal lain yang berhubungan dengan perlengkapan yang dibutuhkan dalam acara ulang tahun brosur mengenai *Birthday Party*, dan biasanya terdapat di tiap-tiap *store*.

2) *McKiDS Club*

McKids Indonesia terdapat di seluruh *store* McDonald's Indonesia sejak tahun 2000. target *market* McKiDS adalah anak-anak berusia 3-12 tahun, namun seiring berjalannya waktu orangtua mulai menggabungkan anak-anak mereka menjadi anggota McKiDS club. McKiDS club dikomunikasikan sebagai sebuah klub kreatif untuk anak-anak. Anak-anak yang berkunjung ke McDonald's berusaha diajak untuk mau bergabung menjadi anggota McKiDS club melalui penjelasan mengenai keuntungan yang didapat jika bergabung menjadi anggota McKiDS club dari kru *store* kepada orang tua anak.

3. Sistem penanganan keluhan

BAGAN 2.1
Flow Penanganan Keluhan Konsumen



Sumber: Pengolahan data sekunder 2013