

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN RESPONDEN

#### 2.1 Deskripsi Obyek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Perusahaan

McDonald's Corporation di Indonesia terkenal dengan sebutan McD adalah waralaba rumah makan siap saji terbesar di dunia. Hidangan utama di restoran-restoran McDonald's adalah hamburger, namun mereka juga menyajikan minuman ringan, kentang goreng dan hidangan-hidangan lokal yang disesuaikan dengan tempat restoran itu berada.

Bisnis perusahaan ini dimulai pada tahun 1940 dengan dibukanya sebuah restoran oleh Dick dan Mac McDonald, di San Bernardino, California. Mereka memperkenalkan "*Speedee Service System*" pada tahun 1948, yang kemudian menjadi prinsip dasar restoran siap-saji modern. Maskot awal McDonald's yang bernama Speede, adalah seorang pria dengan kepala berbentuk hamburger yang menggunakan topi koki. Speede kemudian digantikan oleh Ronald McDonald pada tahun 1963. McDonald's saat ini tidak menjadikan tahun 1940 sebagai tahun kelahiran restoran McDonald's. Mereka memilih 15 April 1955, ketika Ray Kroc membeli lisensi waralaba McDonald's dari Dick dan Mac di Des Plaines, Illinois, sebagai hari kelahirannya. Kroc kemudian membeli saham dari McDonald's bersaudara dan memimpin perusahaan ini melakukan ekspansi ke seluruh dunia. Saham McDonald's mulai dijual kepada publik tahun 1965.

Sifat agresif yang dimiliki Kroc bertentangan dengan keinginan McDonald bersaudara. Kroc dan McDonald bersaudara bertikai untuk mengontrol bisnis ini,

namun akhirnya McDonald bersaudaralah yang pergi meninggalkan perusahaan. Pertikaian ini didokumentasikan baik dalam otobiografi Kroc maupun otobiografi McDonald bersaudara. Situs di mana McDonald bersaudara pertama kali mendirikan restoran kini dijadikan monumen. Dengan ekspansi agresifnya ke seluruh penjuru dunia, McDonald's dijadikan sebagai simbol globalisasi dan penyebar gaya hidup orang Amerika.

Sampai pada tahun 2004, McDonald's memiliki 30.000 rumah makan di seluruh dunia dengan jumlah pengunjung rata-rata 50.000.000 orang dan pengunjung per hari dan rumah makan 1.700 orang. Restoran McDonald's pertama di Indonesia terletak di Sarinah, Jakarta dan dibuka pada 23 Februari 1991. Berbeda dari kebanyakan restoran McDonald's di luar negeri, McDonald's juga menjual ayam goreng dan nasi di restoran-restorannya di Indonesia. Pada 1 Oktober 2009 McDonald's berubah menjadi Tony Jack's Indonesia tetapi tidak seluruh gerai McDonald's. Terdapat 13 gerai McDonald's milik Bambang Rachmadi yang berubah antara lain berlokasi di Sarinah (Thamrin), Melawai Plaza, Blok M Plaza, Arion, Kelapa Gading, Sunter, Bandung Indah Plaza, Plaza Surabaya, Bandara Soekarno-Hatta, ITC Mangga Dua, Citra Land, Gajah Mada Plaza, dan Kebon Jeruk. Sayangnya, keberadaan Tony Jack's Indonesia tidak berlangsung lama. Beberapa bulan kemudian, Tony Jack's Indonesia bangkrut dan diambil alih kembali oleh McDonald's. McDonald's menawarkan menu yang berbeda-beda di berbagai negara. Di Norwegia terdapat McLaks, yaitu sandwich salmon, di India terdapat Maharaja Macs dengan daging kambing dan McAloo Tikki burger untuk umat Hindu vegetarian.

Saat ini, McDonald's telah memiliki 168 restoran di 32 kota di seluruh Indonesia, dan masih akan terus mengembangkan layanan dengan membuka gerai-gerai baru di berbagai wilayah di Indonesia. Bagi McDonald's, pembukaan gerai baru adalah juga bukti komitmen untuk memberikan kontribusi kepada daerah. Dalam setiap pembukaan gerai baru, McDonald's memiliki komitmen kuat untuk memberikan nilai tambah kepada kota tempat McDonald's berdiri dan siapa pun yang terlibat di dalamnya. Selain menambah pajak pendapatan yang diberikan kepada daerah setempat, kehadiran gerai baru McDonald's juga berarti membuka lapangan pekerjaan kepada masyarakat setempat, karena sebagian besar kru yang bekerja di McDonald's berasal dari putra daerah setempat.

## **2. Visi dan Misi**

Sebagai sebuah perusahaan restoran cepat saji yang menginginkan sebuah loyalitas pelanggannya McDonalds di Kota Semarang memiliki visi yang harus dicapai oleh perusahaan dan misi yang harus dilaksanakan agar tetap bisa bersaing dengan para kompetitornya dan menjadi perusahaan yang unggul dibidangnya. Berikut merupakan visi dan misi dari McDonald's Semarang.

### **A. 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. Senyum konsumen adalah hal penting untuk McDonald's.

## **B. Misi**

Dalam mewujudkan visi McDonalds Semarang sebagai perusahaan makanan cepat saji yang menjadi perusahaan terbaik bagi semua karyawan kami di setiap komunitas di seluruh dunia, menghadirkan pelayanan dengan sistem operasional yang unggul bagi setiap konsumen kami di setiap restoran cabang McDonald's dan terus mengalami perkembangan ke arah yang menguntungkan sebagai sebuah brand, serta terus mengembangkan sistem operasional McDonald's ke arah yang lebih baik.

## **3. Logo Perusahaan**

Perusahaan yang memiliki banyak pesaing harus memiliki logo untuk menjadi pembeda dari perusahaan lainnya, sehingga citra dari perusahaan tidak dapat tertukar dan tidak dapat ditiru dengan citra perusahaan lainnya. Maka berikut merupakan logo dari McDonalds Semarang.

**Gambar 2.1**  
**Logo McDonalds**



Lambang McDonald's adalah dua busur berwarna kuning yang biasanya dipajang di luar rumah-rumah makan mereka dan dapat segera dikenali oleh

masyarakat luas. Huruf "M" pada lambang McDonalds rupanya melambangkan sepasang payudara ibu, asal asupan makanan pertama yang diperoleh hampir setiap manusia. Fakta itu terungkap pada tahun 1960 saat perusahaan itu ingin melakukan perubahan desain. Namun, konsultan desain dan psikologis Louis Cheskin menyarankan agar McD tak mengubahnya. Cheskin sukses membujuk McDonald's untuk mempertahankan Lengkungan Emas-nya, karena bukan hanya penting untuk identitas merk tapi juga memainkan peran dalam menarik pelanggan.

#### **4. Lokasi Perusahaan**

Lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Faktor penting dalam pengembangan suatu usaha adalah letak lokasi terhadap daerah perkotaan, cara pencapaian dan waktu tempuh lokasi ke tujuan. Berikut lokasi dari McDons di Kota Semarang:

1. Citraland Semarang, Ground Floor, Jl. Simpang Lima Raya No. 1 Semarang 50242, Nomor telepon +62 24 3554334. Mobile +628111927347, 24 Jam (Senin – Minggu).
2. ADA Swalayan Setiabudi Semarang, Jl. Setiabudi No. 221 – 225 Semarang, telepon +62247460091, Jam buka 07:00- 22:00 (Senin – Minggu).
3. Mc Donald's Drive Thru Pandanaran Semarang, Jl. Pandanaran No 44, Semarang, nomor telp +62 24 8455985, Mobile +628111927693, Jam buka 24 Jam (Senin – Minggu).
4. Java Supermall Semarang, Alamat: Jl Letjen MT Haryono No 992-994 Semarang.

5. Brigjend Sudiarto 316 B-C Majapahit. [Drive Thru, 24 Jam]

## 5. Menu McDonalds

### 1. Andalan

Rasakan lezatnya berbagai pilihan burger dan ayam goreng yang pasti Anda sukai. Tersedia dalam pilihan ala carte dan paket.

### 2. Sarapan

Awali hari dengan nikmatnya berbagai pilihan menu sarapan yang inovatif dan lezat. Tersedia setiap hari pukul 05.00 – 11.00.

### 3. Happy Meal

Pilihan tepat untuk si buah hati. Tersedia 4 pilihan menu yang dilengkapi dengan koleksi mainan lucu dan unik.

### 4. Pencuci Mulut

Lengkapi santap Anda dengan pilihan menu pencuci mulut yang kaya rasa. Benar-benar penutup yang sempurna.

### 5. McCafé

Jamuan kolega atau kumpul-kumpul bersama relasi Anda akan semakin asyik dengan berbagai pilihan makanan dan minuman.

## Gambar 2.2

### Promo Produk McDonalds





Sumber: <https://www.mcdonalds.co.id/>

## 2.2 Program Corporate Social Responsibility McDonalds

### 1. McDonald's Go To Organic 2010

Sejalan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia yang kini lebih memperhatikan kualitas kesehatan dan makanan yang dikonsumsi, permintaan masyarakat atas produk pangan yang sehat (organik) ini pun telah bergeser, dari *trend* menjadi *needs*. Bersamaan kenyataan tersebut, McDonalds pun meresponnya dengan mencanangkan program McDonalds *Go To Organic* 2010. Program ini merupakan bagian dari pengembangan inovasi Mc Donalds dalam memberikan yang terbaik bagi pelanggan setianya, yaitu dengan menyajikan nasi yang lebih pulen, nikmat dan bergizi yang berasal dari 100% beras organik premium RI 1.

### 2. McDonalds Go Green

McDonalds menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan melalui program penanaman pohon bagi anak-anak melalui Happy Meal SMURF. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap kepedulian lingkungan sejak usia dini.

Dengan program tersebut diharapkan kelestarian lingkungan di masa mendatang akan tetap terjaga. Sebagai wujud kepedulian terhadap konsumen, McDonalds melakukan penggantian *styrofoam* dengan bahan kertas sebagai pembungkus. Hal ini dilakukan karena kertas dianggap lebih ramah lingkungan dan lebih aman daripada *styrofoam*.

### **3. McDonalds Peduli Pendidikan**

Salah satu program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh McDonalds adalah dalam bidang pendidikan. Hal ini direalisasikan dalam bentuk berbagai macam kegiatan *Corporate Social Responsibility* diantaranya adalah:

- a. Pembangunan lapangan basket SMP 13 Sampangan Semarang.

Salah satu realisasi program ini adalah dengan mengalokasikan dana sebesar Rp 33.500.000,-. Melalui pembangunan tersebut McDonalds berupaya untuk membantu menciptakan fasilitas dan sarana yang berdaya guna bagi siswa-siswi dan dunia pendidikan di masa datang.

- b. Renovasi sekolah

McDonalds membuktikan kepeduliannya kepada dunia pendidikan melalui program renovasi sekolah. Bantuan pembangunan ini diberikan untuk membantu perbaikan ruang kelas gedung Madrasah Ibtidaiyah Al Munawaroh, Sukasari, Mekarjaya, Pacet, Bandung Jawa Barat yang kondisinya sudah sangat memprihatinkan.



#### **4. McDonalds Peduli Kesehatan**

Sebagai bentuk kepedulian terhadap bidang kesehatan, PT. Rekso Nasional Food Tbk bekerjasama dengan Palang Merah Indonesia mengadakan Aksi sosial Donor darah yang diikuti oleh Karyawan McDonalds.

#### **5. KFC Peduli bencana**

Bencana alam yang sering terjadi di Indonesia membuat McDonalds mengeluarkan berbagai program untuk membantu para korban bencana. Bantuan tersebut telah dilaksanakan pada banjir yang terjadi di Jakarta, gempa di Pangandaran, gempa Jogjakarta, longsor di Banjarnegara serta pendirian sekolah darurat pada gempa di Sumatra Barat

### **1.2 Gambaran Umum Responden**

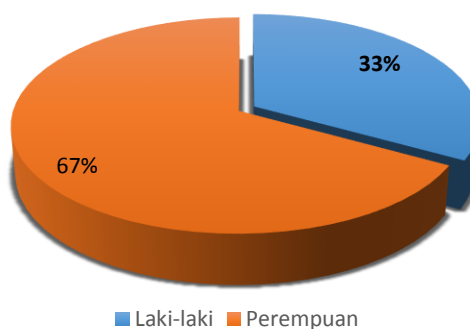
Responden dalam penelitian ini adalah konsumen MCDonalds di Kota Semarang. Berdasarkan data dari 105 responden dengan latar belakang yang berbeda – beda baik dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, penghasilan per bulan dan lamanya berlangganan di McDonalds di Kota Semarang. Hal- hal tersebut akan memberikan penilaian yang berbeda oleh setiap responden mengenai *Corporate Social Responsibility* baik di bidang *profit, people, planet*, citra perusahaan serta loyalitas pelanggan itu sendiri. Dengan melalui survei metode pengumpulan data dan kuesioner, kemudian data-data tersebut dapat digunakan sebagai arahan dalam menganalisis data selanjutnya.

#### **2.3.1 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Dari penelitian yang dilakukan terhadap 100 orang responden terdapat dua gender yaitu laki-laki dan perempuan. Karena pelanggan McDonalds secara umum

adalah laki – laki dan perempuan. Berikut merupakan gambaran mengenai jenis kelamin responden Mcdonalds di Kota Semarang yang diteliti dapat dilihat pada tabel 2.1 di bawah ini :

**Tabel 2.1**  
**Jenis Kelamin Responden**



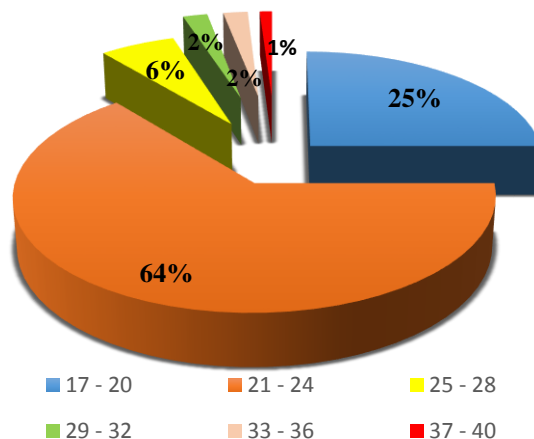
*Sumber: Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 2.1 di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih besar daripada laki-laki, dengan jumlah responden jenis kelamin perempuan sebesar 67 orang atau 67%. Dari data diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden McDonalds di Kota Semarang berjenis kelamin perempuan karena perempuan akan lebih konsumtif dibanding laki – laki.

### **2.3.2 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia**

Usia merupakan salah satu karakteristik yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pola pikir dan tingkat kedewasaan serta dalam menentukan keputusan terhadap suatu pilihan. Dari penelitian yang dilakukan dengan metode penyebaran kuesioner kepada pelanggan McDonalds di Kota Semarang di dapat gambaran umum usia responden sebagai berikut:

**Tabel 2.2**  
**Usia Responden**



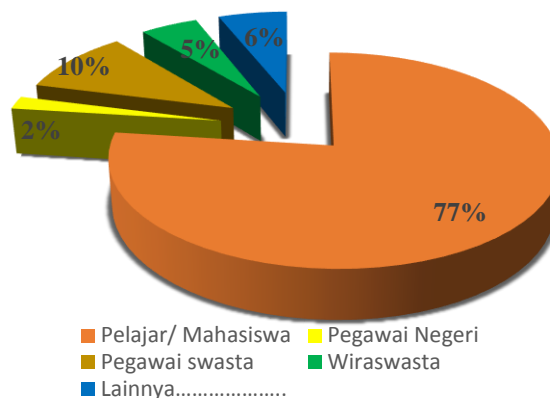
*Sumber: Data primer yang diolah, 2017*

Dengan melihat data pada tabel 2.2 tersebut dapat dilihat bahwa jumlah prosentase tertinggi usia responden adalah 21 – 24 tahun yaitu sebesar 64% atau sebanyak 64 orang. Dari data diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden berusia 21 – 24 tahun hal ini adalah usia dimana seseorang akan lebih senang mengkonsumsi makanan – makanan cepat saji.

### **2.3.3 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan pada dasarnya merupakan ciri yang dapat membedakan satu orang depan orang lainnya dipandang dari sudut sosial dan ekonomi. Dengan mengetahui jenis pekerjaan responden, maka akan dapat diperkirakan taraf kehidupan ekonomi dari responden tersebut. Dari hasil penelitian, gambaran umum responden mengenai status pekerjaan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2.3**  
**Pekerjaan Responden**



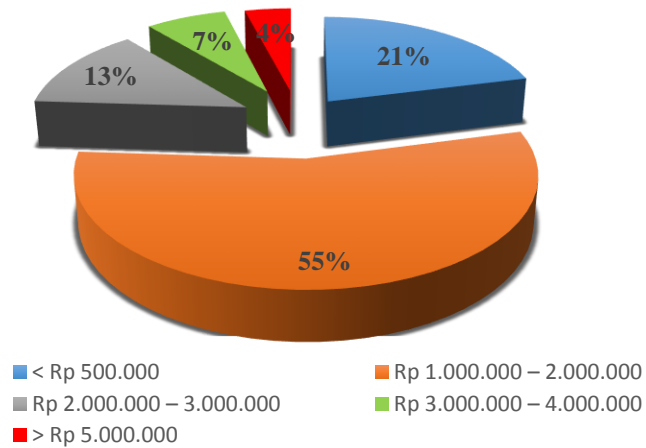
*Sumber: Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 2.3 dapat dilihat bahwa jumlah tertinggi status pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 77% atau 77 orang. Dari data diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah pelajar atau mahasiswa karena pelajar atau mahasiswa lebih menyukai makanan barat dari pada makanan asli Indonesia.

#### **2.3.4 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan**

Tingkat penghasilan responden atau uang saku akan berpengaruh terhadap gaya hidup dan daya beli merek terhadap suatu produk/jasa. Tingkat penghasilan yang diperoleh seseorang, sangat menentukan dan mempengaruhi tingkat/pola konsumsi yang dilakukan seseorang. Dari hasil penelitian, gambaran umum responden mengenai penghasilan/uang saku responden per bulan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2.4**  
**Penghasilan/Uang Saku Per Bulan Responden**



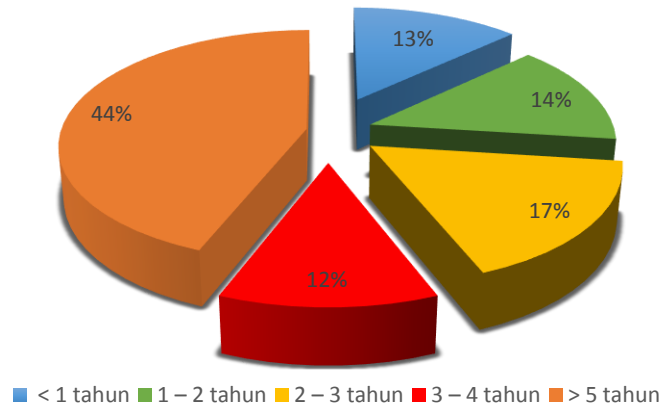
*Sumber: Data primer yang diolah, 2017*

Berdasarkan tabel 2.4 dapat dilihat bahwa penghasilan/uang saku responden didominasi antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 yakni sebesar 55 % atau 55 orang. Sementara tingkat penghasilan atau Uang saku dapat menjadi indikasi bahwa sebagian responden mempunyai penghasilan atau uang saku menengah artinya tidak terlalu rendah atau terlalu tinggi.

### **2.3.5 Gambaran Umum Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Pelanggan McDonalds di Semarang**

Berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, dapat diketahui mengenai lamanya responden menjadi pelanggan McDonalds di Semarang dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2.5**  
**Lamanya Menjadi Pelanggan McDonalds**



Sumber: Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan tabel 2.5 dapat dilihat bahwa jumlah responden tertinggi lamanya menjadi pelanggan McDonlads adalah lebih dari lima tahun yakni sebanyak 44% atau 44 orang. Jadi sebagian besar responden sudah mengenal dan mengkonsumsi makanan cepat saji dari McDonalds lebih dari 5 (lima) tahun ini disebabkan sebagian besar kota – kota besar lainnya sudah banyak terdapat restoran cepat saji McDonalds.