

BAB I

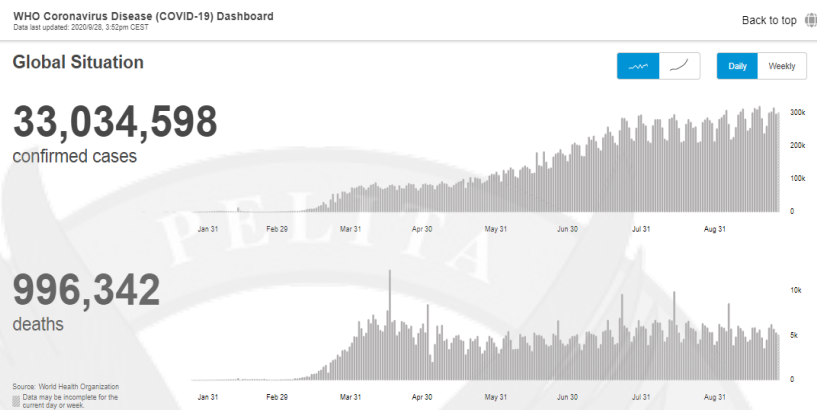
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dimasa pandemi saat ini tentunya terdapat banyak sekali perubahan yang harus kita hadapi, seperti bekerja dari rumah, sekolah dan kuliah *online*, jaga jarak ketika berada di tempat umum, wajib menggunakan masker saat bepergian, dan harus selalu melakukan sanitasi tangan sebelum maupun sesudah menyentuh benda-benda yang ada di tempat umum. Semua hal ini kita lakukan untuk mencegah meluasnya penyebarannya virus corona / *severe acute respiratory syndromecoronavirus 2* (SARS-CoV-2). Virus ini menyerang sistem pernapasan yang bisa menyebabkan gangguan pernapasan ringan, infeksi paru-paru akut hingga berujung pada kematian (Alodokter, 2020).

Penyakit yang disebabkan oleh virus ini kita kenal dengan nama Covid 19, virus ini ditemukan pertama kali di Wuhan China pada akhir 2019 lalu dan terus menyebar dengan cepat ke beberapa wilayah di China hingga akhirnya menyebar ke seluruh penjuru dunia. Karena semakin bertambahnya jumlah negara yang terinfeksi virus ini maka, pada pertengahan Maret 2020 WHO menyatakan bahwa Covid-19 sebagai Pandemi Global (Widyaningrum, 2020). Pandemi merupakan wabah penyakit yang menyebar secara global. Menurut *World Health*

Organization (WHO) pandemi dinyatakan ketika ditemukannya penyakit baru yang menyebar di seluruh dunia melampaui batas.



Gambar 1.1. *WHO Coronavirus Disease*
Sumber : WHO Internasional (28 September 2020)

Berdasarkan data dari *WHO*, angka kasus positif covid-19 di dunia hingga 28 September 2020 mencapai 33.034.598 jiwa dan terdapat 996.342 kasus kematian. Jumlah angka ini terus bertambah hingga saat ini dan membuat situasi di seluruh dunia menjadi tidak terkendali. Indonesia merupakan salah satu negara yang juga terpapar virus mengerikan ini, hingga saat ini angka positif covid-19 di Indonesia terus bertambah. Menurut data, jumlah kasus positif covid-19 di Indonesia pada 29 September 2020 ini mencapai 282.724 jiwa, 10.601 kasus kematian dan 210.437 jiwa yang dinyatakan sembuh (Julian, 2020)

Melihat lonjakan kasus positif yang tidak terkendali sejak awal kemunculannya pada Maret 2020 membuat Pemerintah Indonesia harus mengambil langkah antisipasi dengan memberlakukan PSBB. PSBB / Pembatasan Sosial Berskala Besar merupakan pembatasan kegiatan

tertentu penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi virus corona untuk mencegah kemungkinan penyebaran semakin meluas (Dewi, 2020). Terdapat beberapa aturan yang harus dipatuhi oleh semua masyarakat Indonesia dalam pemberlakuan PSBB ini, seperti penutupan sementara tempat-tempat hiburan, kegiatan belajar mengajar yang dilakukan secara *online*, penutupan sementara tempat ibadah, dan lain sebagainya.

Dengan diberlakukannya PSBB sebagai cara untuk menghadapi pandemi covid-19 ini ternyata memicu munculnya permasalahan baru yang berkaitan dengan bidang perekonomian, dimana sebagian besar sektor bisnis mengalami penurunan pendapatan yang cukup drastis. Salah satu bidang bisnis yang mengalami dampak negatif dari adanya pandemi covid-19 ini adalah bisnis *food and beverage*. *Food and Beverage* adalah sebuah bidang usaha yang merupakan bagian dari hotel yang bertanggung jawab terhadap kebutuhan yang utamanya berkaitan dengan makanan dan minuman serta kebutuhan lain yang terkait dari sebuah hotel (IlmuPerhotelan, 2019). Berdasarkan pengertian tersebut maka *food and beverage* dapat disimpulkan sebagai sebuah jasa untuk melayani makanan dan minuman bagi orang lain, serta memenuhi kebutuhan mereka.

Bisnis *food and beverage* bisa dikatakan sebagai salah satu bisnis yang paling terdampak dalam masa pandemi covid-19. Salah satu penyebab dari hal tersebut, karena bisnis jenis ini menyediakan layanan jasa untuk menyuguhkan makanan dan minuman bagi tamu yang datang

ke sebuah tempat untuk menikmati hidangan makanan ataupun minuman yang disajikan. Sedangkan kenyataannya dalam masa pandemi covid -19 saat ini, baik dari *coffee shop* hingga restoran hanya diperbolehkan menjual makanan dan minumannya untuk dibawa pulang oleh tamu dan tamu tidak diperkenankan untuk makan ditempat / *dine in*. Hal ini tentunya menjadi tantangan yang berat bagi para pengusaha kuliner terutama yang bergerak di bidang restoran, mengingat sebagian besar pendapatan dari usaha mereka tersebut berasal dari tamu yang *dine in*.

Berdasarkan pernyataan dari Eddy Susanto selaku Ketua Umum Asosiasi Kafe dan Restoran Indonesia (APKRINDO), terjadi penurunan penjualan yang dialami oleh sejumlah besar restoran yaitu sebanyak 50%. Hal ini dikarenakan menurunnya jumlah pelanggan yang datang untuk makan di tempat selama masa pandemi covid 19 dan saat ini pelanggan lebih senang untuk berbelanja melalui aplikasi *online* ataupun menggunakan jasa pesan antar daripada datang langsung ke restoran (Firmansyah, 2020). Hingga saat ini terdapat banyak sekali restoran dan usaha makanan yang akhirnya harus menutup usahanya baik di dalam negeri maupun di luar negeri karena tidak mampu bertahan ditengah pandemi covid19. Hal ini juga terjadi pada restoran dan usaha makanan di salah satu negara yang memiliki kekuatan perekonomian yaitu Amerika Serikat. Restoran dan usaha makanan yang bertempat di Amerika Serikat ternyata juga mengalami kendala dalam menghadapi pandemi covid 19 ini. Berdasarkan data dari cnnindonesia.com, NPC Internasional sebagai

pemegang waralaba gerai Pizza Hut dan restoran cepat saji Wendy's di Amerika Serikat mengajukan pailit dan menyatakan bahwa perusahaannya memiliki hutang mencapai US\$ 1 Miliar (Novellino, 2020). Hal ini disebabkan oleh terus bertambahnya beban perusahaan, dimana perusahaan harus tetap membayar gaji karyawan dan membeli bahan makanan meskipun penjualan cenderung tidak stabil akibat adanya pandemi covid19.

Hal yang serupa juga terjadi di Indonesia, kemunculan pandemi covid19 ini memberikan dampak negatif bagi para pelaku usaha makanan dan restoran yang ada di Indonesia. Menurut Ketua Umum Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Hariyadi Sukamdani hingga saat ini terdapat sekitar 8.000 restoran yang tutup karena pandemi covid19 di Indonesia dan tentunya hal ini mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi para pemilik usaha tersebut (Jannah, 2020). Salah satu restoran di Indonesia yang terdampak dari adanya pandemi covid19 ini adalah restoran waralaba cepat saji KFC. Sejak Mei 2020 tercatat bahwa PT. Fast Food Indonesia Tbk yang menaungi KFC telah menutup 115 gerainya yang terletak di berbagai wilayah di Indonesia, hal ini dikarenakan adanya pandemi covid 19 yang mengharuskan mal ditutup sehingga usaha mereka tidak dapat beroperasi secara optimal dan berimbas pada pendapatan yang menurun sekitar 25-50% dari biasanya (CNN Indonesia, 2020).

Meskipun begitumasih ada sejumlah restoran dan pelaku usaha makananyang berusaha bertahan ditengah masa pandemi covid19. Mereka mengupayakan berbagai strategi yang ada agar usaha mereka dapat tetap berjalan.Para pelaku usaha restoran yang masih mampu bertahan hingga saat ini menjalankan berbagai strategi yang mereka pandangbaik untuk dapat beradaptasi dalam menghadapi situasi sulit ini agar usaha mereka tetap bisa berjalan sebagaimana mestinya.

Pizza Hut merupakan salah satu restoran yang hingga saat ini masih mampu bertahan menghadapi situasi sulit pada masa pandemi covid 19. Pizza Hut berusaha beradaptasi dengan menciptakan sebuah inovasi baru dan strategi yang baru dalam memasarkan produknya ke pasaran. Saat ini mereka mencoba untuk menjajakan produknya di pinggir jalan dan menawarkan harga yang jauh lebih murah dari harga normal untuk menarik minat pelanggan. Seperti yang disampaikan oleh Jeo Sasanto selaku Direktur Sari Melati Kencana bahwa, strategi untuk berjulan di pinggir jalan itu telah dilakukan sejak awal masa PSBB di DKI dan strategi tersebut dilakukan untuk mengurangi tekanan pada penjualan Pizza Hut.Tentunya hal ini berbanding terbalik dengan citra yang selama ini digambarkan oleh Pizza Hut melalui iklan maupun promosinya sebagai *family restaurant*. Pizza Hut merupakan restoran yang memposisikan dirinya sebagai *mid casual dining restaurant* yang menawarkan pengalaman makan bersama keluarga yang tidak terlupakan dan memberikan harga yang terjangkau bagi pada pelanggannya. Tetapi

kini dalam menghadapi masa pandemi covid19 Pizza Hut harus menggunakan strategi baru, dimana mereka turun ke jalanan untuk memasarkan produknya secara langsung kepada konsumen. Pizza Hut mengerahkan beberapa karyawannya untuk berjualan menggunakan motor atau mobil dan berhenti di satu lokasi tertentu kemudian memajang *banner* yang bertuliskan promosi dari Pizza Hut agar pengguna jalan disekitar lokasi tersebut tertarik dan membeli produk yang mereka tawarkan. Hal ini bisa kita temukan pada beberapa lokasi di kota-kota besar Indonesia, seperti Jakarta, Bogor dan Tangerang.

1.2. Identifikasi Masalah

Pizza Hut merupakan restoran yang menyajikan berbagai jenis makanan khas italia, mulai dari pasta, pizza, serta lauk hingga makanan penutup. Pizza Hut didirikan pada tahun 1958 di Wichita, Kansas oleh Dan Carney dan Frank Carney. Hingga saat ini Pizza Hut sudah memiliki 18.703 cabang restoran di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Pizza Hut pertama kali masuk ke Indonesia pada tahun 1984 dan bertempat di Gedung Djakarta Theatre, daerah Thamrin Jakarta.

Sejak awal berdirinya, Pizza Hut telah menunjukkan citra mereka sebagai “ *family restaurant* ”, yang berarti konsep utama yang ingin diperlihatkan oleh Pizza Hut Indonesia adalah sebuah restoran yang menyajikan makanan untuk disantap bersama dengan keluarga. Pizza Hut juga memosisikan dirinya sebagai sebuah *family restaurant* yang menawarkan pengalaman menikmati hidangan yang disajikan, serta

pengalaman menghabiskan waktu bersama dengan orang-orang tersayang yaitu keluarga ketika kita masuk dan menikmati makanan yang ada di restoran tersebut.

Dalam menghadapi masa pandemi covid 19 ini tentunya Pizza Hut mengalami kesulitan yang cukup besar mengingat terdapat beberapa aturan yang harus dipatuhi dan bertolak belakang dengan konsep yang telah dibentuk sejak awal. Salah satu peraturan ini adalah untuk tidak memperbolehkan konsumen makan di tempat / *dine in*. Seperti yang kita ketahui bahwa selama ini Pizza Hut selalu memberikan pelayanan yang terbaik agar setiap konsumen mempunyai pengalaman positif ketika makan langsung didalam restoran tersebut, selain kita dapat memesan menu utama yaitu pizza kita juga dapat memesan hidangan lain seperti minuman, sup, pasta dan snack. Tetapi pada masa pandemi saat ini semua itu tidak dapat dilakukan akibat diberlakukannya aturan *social* dan *physical distancing* yang di Indonesia dikenal sebagai PSBB/Pembatasan Sosial Berskala Besar dan hal itu secara otomatis berdampak terhadap penjualan dan pemasukan dari Pizza Hut.

Salah satu upaya Pizza Hut dalam menghadapi masa pandemi ini yaitu menggunakan strategi *direct selling* untuk mempertahankan usahanya agar tetap bisa berjalan sebagaimana mestinya. Pizza Hut saat ini melakukan strategi dengan berjualan dipinggir jalan menggunakan motor, mobil atau dengan meletakkan meja kecil pada jalan di luar tokonya dan

menawarkan harga pizza yang jauh lebih murah dari harga normal untuk menarik pelanggan.

1.3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas dapat dilihat bahwa permasalahan ini sangat penting untuk diteliti sehingga peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan tersebut. Oleh karena itu peneliti telah merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengalaman pelanggan Pizza Hut terhadap *brand image* Pizza Hut yang selama ini tertanam di dalam benak mereka?
2. Bagaimana *brand image* yang terbentuk dalam benak pelanggan terhadap strategi *direct selling* yang dilakukan oleh Pizza Hut sebagai upaya untuk menghadapi pandemi covid19 ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.4.1.** Mendeskripsikan bagaimana pengalaman pelanggan Pizza Hut terhadap *brand image* Pizza Hut yang selama ini tertanam di dalam benak mereka.
- 1.4.2.** Mendeskripsikan bagaimana *brand image* yang terbentuk dalam benak pelanggan terhadap strategi *direct selling* yang dilakukan oleh Pizza Hut sebagai upaya untuk menghadapi pandemi covid19.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Penulis berharap penelitian ini dapat menambah wawasan keilmuan dibidang ilmu komunikasi konsentrasi *Integrated Marketing Communication*. Penulis juga berhadap penelitian ini dapat menginspirasi dan menjadi referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian sejenis.

1.5.2. Penulis berhadap penelitian ini dapat menambah wawasan dan informasi guna mengevaluasi strategi *direct Selling* yang digunakan oleh Pizza Hut dalam menghadapi masa pandemi covid-19 ini.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab pertama, penulis akan menggambarkan dan mengidentifikasi situasi yang melatarbelakangi masalah penelitian yang akan dibahas. Selanjutnya, berdasarkan gambaran dan identifikasi tersebut penulis akan merumuskan permasalahan penelitian dan menuliskan tujuan dan manfaat dari penelitian yang dilakukan.

BAB II : OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN

Pada bab kedua, penulis akan memaparkan informasi mengenai objek dan subjek dari penelitian ini yaitu Pizza Hut dan Responden.

BAB III : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ketiga, penulis akan menuliskan konsep, teori dan kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini, penulis akan memaparkan pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Kemudian peneliti juga akan menjelaskan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan 20 orang narasumber yang memenuhi kriteria.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan membahas hasil penelitian dari masalah penelitian yang diteliti dari hasil survey yang telah dilakukan. Hasil tersebut akan dibahas secara lengkap dan merujuk pada kerangka pemikiran yang telah dijelaskan pada Bab III.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah ditemukan. Kesimpulan adalah rangkuman dari pembahasan dan dapat menjawab pertanyaan penelitian. Sedangkan saran adalah masukan yang berasal dari penulis dan ditujukan untuk meningkatkan hal terkait dengan objek penelitian.