

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian

1. Profil Informan

Subjek peneliti merupakan bagian yang penting dalam sebuah penelitian. Subyek di pilih oleh peneliti dan dianggap memiliki loyalitas untuk menjawab dan memberikan informasi dan data kepada peneliti yang sesuai dengan permasalahan yang ada pada skripsi ini.

Adapun deskripsi subyek penelitian ini adalah yang pertama *ibu Miranda* dengan berprofesi sebagai *owner* Dalam perusahaan, peneliti memilih subyek ini karena beliau merupakan pemilik dan pemegang bisnis waralabah pada CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron'z Pizza yang tahu seluk-beluk perusahaanya dan sebagai pengendali manajemen.

Yang ke dua Bapak *Ende Wisatawan* dengan profesi sebagai manager pemasaran, peneliti memilih subyek ini karena informasinya sebagai pendukung data-data mengenai bagaimana usaha model tersebut dipasarkan pada masyarakat.

2. Deskripsi Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, obyek peneliti yang dipilih adalah analisis komunikasi pemasaran yang merupakan suatu proses adanya hubungan timbale balik sesama anggota perusahaan /organisasi (sumberdaya manusia)

dalam rangka memaksimalkan kegiatan organisasi/perusahaan dengan fungsi-fungsi komunikasi pemasaran yang meliputi perencanaan, organisasi, kepemimpinan, dan mengawasi/mengontrol untuk mencapai target/sasaran secara efektif yang diimplementasikan CV. Cita Rasa Cemerlang Papa Ron'z Pizza.

3. Deskripsi Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di restoran Papa Ron'z Pizza yang ada di mall City Of Tomorrow Surabaya. Selain di Cito peneliti juga melakukan pendekatan pada Cv Cita Rasa Cemerlang, selaku badan pengawas atau perusahaan yang memiliki hak penuh akan restoran Papa Ron'z Pizza. Bertempat di ruko inda permai DC di jalan Hr Muhamad 88 Surabaya.

Alasan kenapa peneliti memilih lokasi penelitian ini, karena tempat yang strategis sehingga memungkinkan untuk di jangkau setiap saat selain itu lokasi tersebut adalah satu-satunya outlet yang memiliki pelanggan terbanyak sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi berkaitan dengan komunikasi pemasaran.

B. Deskripsi data Penelitian

1. Profil Perusahaan

a. Sejarah CV. Cita Rasa Cemerlang Papa Ron'z Pizza.

CV. Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza, merupakan bisnis waralabah yang di dirikan oleh ibu Miranda dan bapak jonatan pada

tahun 2009. Melalui kerjasama dengan PT. Setiamandiri Mitratama Tbk sebagai pemilik asli nama papa ron'z pizza yang ada di Jakarta. Papa Ron'z Pizza sendiri diluncurkan untuk pertama kali di Pameran Dagang Jakarta pada bulan Agustus 2000 di bawah manajemen PT. Setiamandiri Mitratama Tbk. Waralaba ini dikembangkan untuk mengisi dan melengkapi pertumbuhan pasar pizza. Pada tahun 2000 Papa Ron's Pizza memulai untuk memperluas dan membuka waralaba di beberapa kota besar di Indonesia. Peningkatan waralaba papa Ron's Pizza membuat PT. Setiamandiri Mitratama Tbk mengubah namanya menjadi PT. Eatertainment Tbk Internasional. Perubahan nama ini bertujuan dengan pertimbangan agar restoran Papa Ron's Pizza dapat bersaing di pasar global.¹

Penemu dan CEO Papa Ron's Pizza yaitu Ronald Mullers yang pertama kali memperkenalkan Papa Ron's Pizza di Jakarta, Indonesia pada tahun 2000. Merek Papa Ron's diperoleh dari nama orang yang mengembangkan restoran tersebut yaitu Ronald Mullers. Papa adalah kata lain dari Ayah, Ron's adalah Nama depan dari Ronald Mullers yang terakhir adalah Pizza yang berarti roti bulat pipih yang di bakar, pria Sunda-Belanda yang merupakan warga Negara Amerika. Ronald Mullers bukanlah pendatang baru di dalam bisnis rumah makan. Ia mempunyai banyak pengalaman bekerja di hotel dan rumah makan internasional.

¹wawancara dengan owner vc cita rasa cemerlang paparon'z pizza pada 20 april 2013

Contohnya yaitu Pizza Hut. Amigos Mexican Restaurant, Ponderosa Steak House. Putt-putt Cafe, Bobby Rubinos.

Restoran Papa Ron's Pizza telah berkembang cukup pesat. Sampai tahun 2005, waralaba Papa Ron's Pizza telah mempunyai 44 *outlet* diantaranya berada di Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Bali, Palembang, Banjarmasin, Balikpapan, Medan, Pekanbaru, Batam, Bogor, dan Cikarang. Selain investor lokal, ternyata beberapa investor asing juga tertarik untuk berbisnis Pizza asli Indonesia ini. Investor asing tersebut antara lain adalah dari negara Filipina, Vietnam dan Singapura. Mereka tertarik untuk membuka Papa Ron's Pizza di negara mereka. Untuk membuka *outlet* baru diperlukan pembayaran untuk merek waralaba sebesar US\$ 25.000, biaya royalti sebesar 3,5 persen dari pendapatan penjualan per bulan dan biaya promosi sebesar dua persen dari pendapatan penjualan per bulan.²

b. Visi dan Misi

Visi Papa Ron's Pizza adalah menjadi pemimpin kelas dunia dalam bidang restoran di Indonesia dengan pengembangan internasional. Misi Papa Ron's Pizza untuk mencapai visi yaitu dengan menyediakan produk harga hemat rasa lebih nikmat, harga relatif rasa lebih mantap adalah dengan mengembangkan dan menjaga kegiatan usaha yang prima melalui program baru yang disebut S.A.N.T.A.P. singkatannya adalah suatu

²<http://paparonspizza.com/> Papa Ron's Pizza. A Trademark of PT. Eatertainment Indonesia. All Rights Reserved

proses memahami apa yang *customer* benar-benar inginkan dan melakukan apapun untuk mencapainya. S.A.N.T.A.P. santap akan memfokuskan seluruh organisasi pada suatu slogan yaitu “*customer* adalah alasannya”³

Restoran papa ron’z pizza telah berkembang sangat pesat. Sampai tahun 2005, waralabah Papa Ron’z Pizza telah mempunyai 44 *outlet* diantaranya berada di Jakarta, Bandung, Surabaya, Yogyakarta, Bali, Palembang, Banjarmasin, Balikpapan, Medan, Pekanbaru, Batam, Bogor, dan Cikarang. Selain investor lokal, ternyata beberapa investor asing juga tertarik untuk berbisnis pizza asli Indonesia ini.

c. Peraturan Untuk Karyawan

kebijakan ini dapat digunakan sebagai daftar periksa dan umumnya merupakan suatu peraturan dan ketentuan bagi para karyawan atau pelaksana pelayanan pada waktu melaksanakan tugas pekerjaannya. Sebagai contoh:

- Penampilan yang segar, bersih rapi (rambut harus tersisir rapih, gigi harus cemerlang, kulit sebaiknya tidak kering, dan nafas tidak berbau)
- Tangan dan kuku yang bersih
- Tidak memakai pewarna kuku atau perhiasan yang berlebihan

³ dokumen manager papa ron’s pizza city of tomorrow

- Hindarkan menggunakan “make up” atau perfume yang berlebihan.
- Luka – luka harus dirawat dan berbalut.
- Seragam harus bersih, disetrika dengan baik dan rapi, serta pantas dipakai
- Sepatu sesuai dengan warna yang telah ditentukan, bersih dan mengkilap

d. Penyusunan staf

Setiap karyawan yang bekerja di restoran tersebut mengalami proses perekrutan yang dilakukan oleh pihak pengelola sendiri. Metode yang digunakan oleh pihak pengelola yaitu dengan konsep P.I.C.I. (*Patient, Intelligence, Compassion, Intensity*). Karyawan restoran Papa Ron's Pizza harus memiliki sifat yang sabar, kemampuan yang baik dalam melayani pelanggan, memiliki rasa empati (bisa merasakan perasaan orang lain sehingga dapat melayani sesuai dengan keinginan pelanggan), dan intensitas (konsistensi karyawan dalam hal melayani pelanggan). Pelamar yang memenuhi kriteria tersebut dapat diterima menjadi karyawan di restoran Papa Ron's Pizza Surabaya. Perekrutan karyawan dilakukan jika ada posisi yang membutuhkan tambahan karyawan ataupun karena *replacement position*. Perusahaan

mendapatkan calon karyawan dari *Bank File* yang dimiliki perusahaan, referensi dari *head office* serta referensi pribadi.⁴

Setiap karyawan yang diterima oleh perusahaan mendapatkan program pelatihan dan pengembangan karyawan. Program tersebut dinamakan familirisasi (pengenalan). Pelatihan dilakukan selama satu minggu dan dibimbing langsung oleh manajer operasional serta *leader* di masing-masing bagian berdasarkan posisi mereka ditempatkan. Setiap karyawan memiliki gaji pokok yang berbeda-beda sesuai dengan jenis jabatan dan pekerjaannya. Akan tetapi pada dasarnya para karyawan mendapatkan insentif yang sama yaitu gaji, bonus jika target perusahaan tercapai, THR (Tunjangan Hari Raya) serta servis cas dan juga rencana pembuatan jaminan kesehatan atau asuransi jiwa bagi setiap karyawan. Untuk karyawan kontrak, gaji yang diterima yaitu Rp. 1.000.000,00 dengan tambahan 20% dan 10% dari servis cas. Sedangkan untuk karyawan harian atau paruh waktu (*part-time*) yaitu sebesar Rp. 30.000 dengan hari kerja 25 hari.

e. Daftar karyawan CV. Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza

Setiap perusahaan pasti memiliki struktur kepemimpinan dalam perusahaan itu sendiri. Berikut ini adalah daftar karyawan Papa Ron's Pizza City Of Tomorrow yang berhasil penulis himpun dari hasil wawancara dengan manager Papa Ron's Pizza bapak Ende Wisatawan.

⁴ Wawancara dengan manager papa ron's pizza bapak ende wisatawan pada 1 mei 2013

Table: 1

Daftar karyawan Papa Ron's Pizza City Of Tomorrow⁵

No	Nama karyawan	Jabatan	Focus kerja	Keterangan
1	Ende wisatawan	Manager Oprasional	Mengawasi dan mengatur jalanya peroses oprasional	Data data ini di peroleh dari observasi dan wawancara dengan masing-masing individu yang terkait pada struktur organisasi manajerial oprasional Papa Ron's pizza.
2	Yuda. P	Acct manager	Membantu manager oprasional dalam menjalankan proses pemasaran	
3	Sri wahyuni	Menejemen level	Sebagai pengawas oprasional pada staf papa ron's pizza	
4	Joko purnomo	Leader	Pemimpin para staf dalam menjalankan oprasional	
5				
6	Selinda. M	Casir	Bertugas untuk menghitung uang pendapatan, laba, rugi dan melayani transaksi penjualan	
7	Nunuk	Casir	“	
8	Umiati	Caris	“	

⁵ Hasil wawancara dengan Manager Papa Ron's Pizza Bapak Ende Wisatawan pada tgl 15 Mei 2013

9				
10	Phia sisilia	Server	Sebagai pengantar makanan, servis pelayanan, mempersilakan pengunjung untuk masuk lestoran	
11	Nur khayatul	Server	“	
12	Risya diyah	Server	“	
13	Kholidiyah	Server	“	
14	Nurul. F	Server	“	
15	Aditiyah	Server	“	
16	Andini	Server	“	
17	Yuni nur. A	server	“	
18				
19	Arba'i	BOH	Bertugas sebagai penyaji setiap makanan yang berkenaan dengan pizza dan segala produk lestoran	
20	Budiara	BOH	“	
21	Wahyu. H	BOH	“	
23	Moh. Danin	BOH	“	
24	Dian	BOH	“	
25	Zainudin	BOH	“	
26	Andi prasetyo	BOH	“	
27				
28	Sundary	Beverages	Bertugas sebagai penyaji minuman-minuman yang di pesan oleh customer dan	

			sebagai melayan menu disert	
29	Rofi'. A	Beverages	“	
30	A musholin	Beverages	“	
31				
32	Indrawati	Stor	Bertugas sebagai pasar di dalam lestoran, menyimpan dan mensuplai bahan-bahan baku pembuatan produk lestoran dan perlengkapan karyawan	
33				
34	Slamet. H	Setewerd	Bertugas untuk mencucu piring yang telah di pergunakan sebagai alas makan dan juga untuk bersi- bersi are BOH	
35	Hariyanto		“	

2. Langkah Oprasional

a. Perencanaan

Lestoran Papa Ron's Pizza, merupakan sebuah tempat makan keluarga dan juga tempat untuk membahas masalah bisnis bagi pengusaha-pengusahan yang berminat makan di Restoran Papa Ron's Pizza. Dari stetmen atau selogan yang di tawarkan oleh pihak

manajemen merupakan sebuah struktur perencanaan komunikasi yang sangat baik. Bagaimana tidak setiap prosesnya, Restoran Papa Ron's Pizza tidak pernah meninggalkan yang namanya *personal selling* lewat komunikasi yang terdapat dari slogan *Papa Ron's Pizza Paling Enak*. Dari setiap hasil observasi yang dilakukan peneliti member sebuah bukti bahwa, disetiap proses perencanaan komunikasi pemasaran pihak manajemen CV. Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza selalu melakukan yang namanya *Meting Of Discus* dengan seluruh staf karyawan baik manajer maupun kru. usaha dilakukan oleh pihak pengelola CV. Cita Rasa Cemerlang dengan melibatkan seluruh karyawan. Dari situ di mulailah sebuah proses perencanaan di bentuk, dan uniknya lagi dari proses perencanaan ini ialah Ide-ide usaha yang dimiliki CV. Cita Rasa Cemerlang merupakan hasil pemikiran bersama.

Kemudian hasil tersebut dikomunikasikan kepada seluruh karyawan untuk mengetahui pandangan mereka terhadap ide-ide usaha tersebut. Seperti yang dipaparkan oleh Bapak Ende Wisatawan, pada *miting of discus* dan juga wawancara penelitian.

Keterlibatan karyawan sangat diperlukan karena karyawan adalah orang yang berhubungan langsung dengan pelanggan sehingga lebih mengetahui hal-hal yang diinginkan oleh pelanggan. Setiap jabatan atau bagian memiliki wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Namun memiliki kewajiban yang sama untuk meningkatkan mutu komunikasi pemasaran kepada konsumen. Pendelegasian wewenang di dalam restoran dilakukan secara struktural sesuai dengan struktur

organisasi perusahaan yang dimiliki CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza.⁶

b. Pengorganisasi

Pengelola bertanggung jawab melakukan kegiatan perencanaan untuk mencapai keuntungan restoran. Dari hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa Di bawah pengelola terdapat operasional manajer yang bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengatur operasional restoran. Di bawah operasional manajer terdapat bagian FOH, *Admin*, *Delivery*, *Promotion*, *Accounting*, dan BOH. Bagian FOH memiliki tanggung jawab dalam pelayanan di restoran (berhubungan langsung dengan pelanggan). Bagian *Admin* bertanggung jawab dalam hal absensi, laporan pemasok, pembelian dan pengeluaran barang. Bagian *Delivery* bertanggung jawab dalam kelancaran pelayanan pesan antar. Bagian *Promotion* bertanggung jawab dalam hal pengurusan promosi restoran baik itu untuk *event-event* di dalam restoran (acara ulang tahun, arisan dan lain-lain) maupun *event-event* di luar restoran (acara sekolah, perguruan tinggi, pentas seni dan lain-lain). Bagian *Accounting* bertanggung jawab dalam hal laporan keuangan perusahaan, dan bagian BOH bertanggung jawab dalam urusan dapur/pembuatan makanan dan minuman yang di pesan pelanggan.⁷

⁶hasil wawancara dengan manager papa ron's pizza pada 25 maret 2013

⁷Dokumen oprasional papa ron'z pizza

c. Motivasi kariyawan

Memotivasi adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk membentuk tingkah laku manusia. Restoran Papa Ron's Pizza Surabaya berusaha menciptakan atmosfer kerja yang baik agar para karyawan dapat termotivasi. Dari hasil observasi peneliti dapat diketahui hubungan antara atasan dengan bawahan terlihat harmonis. Sikap manajer yang demokratis dalam hal perencanaan usaha membuat karyawan menjadi terlibat dalam perencanaan usaha tersebut sehingga menimbulkan rasa memiliki dan termotivasi pada diri para karyawan.

d. Pengawasan

Fungsi pengawasan dilakukan untuk memantau bahwa semua aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan sesuai dengan rencana. Pengawasan yang dilakukan oleh perusahaan yaitu dengan cara evaluasi kinerja per minggu per posisi atau bagian. Evaluasi tersebut dilakukan oleh atasan langsung per bagian. Serta evaluasi tes prestasi kerja setiap periode (6 bulan) yang dilakukan langsung oleh manajer (pengelola) seperti hasil observasi yang peneliti lakukan. Selain itu, restoran Papa Ron' Pizza Bogor juga harus menginformasikan laporan penjualan (*weekly sales report*) kepada kantor pusat. Laporan tersebut dikirimkan setiap minggu dan setiap bulan melalui mesin fax.

e. Kegiatan pemasaran

Segmen dan pelanggan sasaran restoran Papa Ron's Pizza yaitu keluarga dan remaja. Untuk dapat memuaskan pelanggan maka harus diciptakan suatu produk yang terdiferensiasi, berbeda dengan produk sejenis. Untuk itu diperlukan perencanaan produk yang baik agar konsumen puas dengan produk yang dihasilkan oleh restoran. Ada dua kategori perencanaan produk yang dilakukan oleh Papa Ron's Pizza yaitu perencanaan produk yang langsung dilakukan oleh *head office* dan perencanaan produk yang dilakukan oleh masing-masing *outlet (local store marketing)* sesuai dengan kondisi lingkungan setempat.

Papa Ron's Pizza memiliki prinsip bisnis bahwa konsumen adalah raja, sehingga restoran harus memberikan yang terbaik dalam hal kualitas produk, pelayanan, dan kebersihan dengan harga yang terjangkau. Harga adalah sejumlah nilai uang yang bersedia dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk. Penetapan dan persaingan harga merupakan pokok permasalahan yang dihadapi perusahaan karena menyangkut persepsi konsumen yang timbul terhadap produk tersebut. Restoran Papa Ron's Pizza sendiri menggunakan pendekatan harga berdasarkan biaya dan ekspektasi keuntungan sehingga harga suatu produk akan bervariasi berdasarkan biaya produksi dan ekspektasi keuntungan masing-masing produk.

Produk yang sudah direncanakan dengan baik serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum menjamin keberhasilan pemasaran produk tersebut. Untuk dapat menjangkau semua masyarakat, berbagai kegiatan penjualan dan promosi dilakukan oleh restoran. Kegiatan penjualan menggunakan *outlet* yang terletak di Jl. Jendral Ahmad Yani 288 city of tomorrow Surabaya dan, pelayanan pesan antar (*Delivery*), dan membuka cakruk (*stand*) di Plaza BG Junction(Jl. Bubutan) Surabaya, The Oasis Supermal. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh restoran yaitu iklan melalui media cetak (koran dan tabloid), media elektronik (radio), brosur, *personal selling* serta dengan menjadi sponsor dalam *event-event* khusus.

f. Kegiatan Penelitian dan Pengembangan serta Produksi

Bisnis restoran sangat memerlukan inovasi dan kreatifitas. Bisnis restoran yang tidak melakukan inovasi produk akan kehilangan pelanggan karena konsumen akan mengalami kejenuhan dan segera beralih ke pesaing lain yang dapat memberikan produk yang memenuhi keinginan mereka. Papa Ron's pizza selalu melakukan pengembangan produk setiap tiga bulan sekali. Hal tersebut mengakibatkan hampir setiap tiga bulan sekali restoran dapat mengeluarkan produk-produk dan program-program baru untuk tetap dapat merangkul pelanggan restoran. Sebagai *full service restaurant*, Papa Ron's Pizza menawarkan berbagai

macam pizza, pasta, dan salad dengan rasa yang segar untuk makan ditempat, dibawa pulang, pesan antar, dan acaraacara khusus. Papa Ron's Pizza selalu berusaha untuk kreatif dan cukup fleksibel untuk menciptakan makanan asing dengan rasa Asia. Papa Ron's Pizza telah terpilih sebagai *"The Best Tasting Pizza"* dalam survei yang diselenggarakan oleh surat kabar Jakarta Post diantara sejumlah waralaba pizza di Indonesia. Bila dibandingkan dengan yang lain, pizza yang disajikan di Papa Ron's Pizza lebih garing, renyah, dan tidak berminyak. Papa Ron's Pizza selalu menggunakan bahan-bahan dengan mutu yang paling baik untuk memastikan konsistensi rasa produk. Bahan-bahan itu harus segar, bukan awetan atau produk beku.

Restoran selalu mengikuti *standard recipe* yang telah ditetapkan oleh pusat serta restoran dapat memvariasikan produk dari bahan-bahan baku yang ada (bukan menambah bahan baku, tetapi memvariasikannya). Secara umum, semua pemasok bahan-bahan pizza ke Papa Ron's Pizza adalah pengusaha lokal (dalam negeri). Restoran Papa Ron's Pizza Surabaya memperoleh bahan baku dari kantor pusat Papa Ron's Pizza (bumbu-bumbu inti), *supplier* yang disetujui oleh kantor pusat (minuman), dan *supplier* lokal yang memasok sayuran dan buah-buahan. Bahan baku yang dibeli oleh restoran tidak langsung diolah semuanya akan tetapi disimpan di tempat penyimpanan yaitu di *freezer, cooler*, atau di gudang. Metode yang digunakan dalam pengaturan penggunaan

bahan baku yaitu metode FIFO (*first in first out*) dimana bahan baku yang pertama dibeli akan digunakan dan mengalami proses pemasakan lebih dahulu.

g. Kegiatan Pengawasan Keuangan dan Sistem Informasi

Untuk mengawasi posisi keuangan restoran, restoran menggunakan laporan laba-rugi sebagai acuan utama. Restoran Papa Ron's Pizza Surabaya harus melaporkan penerimaan penjualan restoran setiap minggu dan setiap bulan kepada pusat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan narasumber restoran, masalah utama yang dihadapi oleh restoran yaitu persentase keuntungan dari penerimaan penjualan dengan nilai yang kecil serta penerimaan restoran yang terus berfluktuasi setiap bulannya. Restoran Papa Ron's Pizza Surabaya menggunakan sistem informasi yang sudah terkomputerisasi (sistem pers). *Restaurant System* tersebut dapat digunakan untuk memantau semua aktivitas restoran, baik itu dalam hal pembelian bahan baku, persediaan bahan baku, data jumlah pengunjung, biaya produksi masing-masing produk, kinerja penjualan karyawan dan lain-lain. Selain itu, restoran Papa Ron's Pizza pun telah memiliki *website* khusus. *Website* tersebut merupakan salah satu media promosi dan informasi bagi masyarakat umum mengenai keberadaan waralaba Papa Ron's Pizza.

C. Evaluasi Komunikasi Pemasaran

a. Perencanaan komunikasi pemasaran

Dalam komunikasi pemasaran, perencanaan adalah proses mengidentifikasi problem yang dapat di pecahkan dengan komunikasi pemasaran, komunikasi menentukan tujuan atau sasaran apa yang di ingin di capai, menentukan strategi bagaimana mencapai tujuan, dan mengimplementasikan taktikaksi untuk menjalan kan rencana.perencanaan adalah proses tiga tahab yang di mulai dengan rencana bisnis dan kemudian bergerak ke bagian fungsional perusahaan. Rencana ini mencakup tujuan, strategi, dan taktik untuk semua elemen *marketing mix*.⁸

Melalui analisis komunikasi, yang di lakukan oleh peneliti kepada perusahaan CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron'z Pizza. Dalam setiap pemasaran baik dalam pembuatan produk baru atau dalam memasarkannya pihak managemen perusahaan selalu menggunakan perencanaan terlebih dahulu. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang restoran pizza,perusahaan dapat mengembangkan rencana pemasaran yang lebih focus pada pemecahan problem komunikasi pemasaran.rencana ini biasanya mencakup beragam pesan komunikasi yang biasa dilakukan perusahaan dan di muat di berbagai media yang berbeda dan terkadang ditunjukan kepada khalayak yang berbeda.

⁸ Modul. A.judhie setiawan, M. Si. *Account Management Marketing Communications*. Universitas Mercu Buana Fakultas Komunikasi

Melalui proses observasi yang dilakukan oleh peneliti pada proses komunikasi pemasaran papa ron's pizza. Pada Setiap perencanaan yang di lakukan managemen CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron'z Pizza selalu di dahului dengan riset pasar, produk, dan konsumen. Kemudian barulah rilakukan sebuah tindakan yang dilakukan pihak manajemen Setelah riset selesai, perusahaan akan melakukan perencanaan ulang untuk dilakukan proses komunikasi pemasaran. proses ini yang sering disebut sebagai analisis situasi pemasaran. Menurut pihak manajemen papa ron's pizza Tujuan analisis situasi ini adalah untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang perusahaan sendiri, brand, dan pesaing, serta informasi konsumen dan pelanggan *brand*.

Berikut beberapa hasil kutipan yang peneliti peroleh dari proses observasi dan proses wawancara dengan pihak manajemen papa ron's pizza. Ada beberapa proses yang biasa dilakukan pihak manajemen papa ron's pizza dalam proses pengendalian komunikasi pemasara sebagai berikut.

1. Riset Pasar

Pada proses perencanaan, pihak manajemen melakukan sebuah kebijakan yang mana kebijakan itu di tujukan untuk sebuah riset pasar. Dengan dilakukanya sebuah riset pasar, perusahaaan berharap ada sebuah temuan baru untuk membangun komunikasi pemasaran yang efektif demi menarik konsumen. Seperti yang

penulis kutip dari hasil wawancara dengan manajer papa ron's pizza tanggal 22 Mei 2013 Jam 16.00.

seperti kebanyakan perusahaan pada umumnya, semua pasti melakukan riset pasar terlebih dahulu dalam setiap proses perencanaan komunikasi pemasaran. Karena riset pasar merupakan suatu proses yang sangat penting dilakukan oleh setiap perusahaan yang ingin produk yang di miliki perusahaan tersebut laku di pasaran. Karena apa lewat riset pasar kita atau perusahaan tertentu bisa memperoleh berbagai informasi mengenai komunikasi pemasaran, komunikasi bisnis, peluang minat konsumen, tantangan, dan ancaman pesaing perusahaan, serta kecenderungan ekonomi. Proses riset pasar ini juga menjadi sebagai pintu awal proses komunikasi pemasaran.⁹

Dari riset pasar yang telah dipaparkan oleh pihak manajemen papa ron's pizza dalam proses komunikasi pemasaran. Menunjukkan bahwa sebelum proses komunikasi pemasaran dilakukan, pihak manajemen Papa Ron's Pizza mengacakan pengecekan situasi pasar demi memperoleh informasi tentang keadaan pasar diluar perusahaan.

2. Selera kebanyakan konsumen

Proses selanjutnya yaitu, proses perencanaan komunikasi pemasaran untuk melihat seberapa besar selera kebanyakan konsumen restoran papa ron's pizza yang menikmati produk. Pada proses ini peneliti memperoleh beberapa informasi melalui wawancara dan juga observasi langsung dilapangan seperti beberapa kutipan bawah ini.

⁹ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 22 Mei 2013 Jam 16.00

selera consume sangat dipengaruhi oleh banyak faktor seperti pendapatan, budaya, sosial, psikologis. Dalam proses perencanaan komunikasi pemasaran, sangat dibutuhkan sebuah ketelitian pada setiap proses *follow up visit* (proses menindaklanjuti kunjungan). Proses ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui selera konsumen dan tanggapannya pada produk papa ron's pizza sendiri. Ini merupakan system komunikasi yang kami terapkan pada proses perencanaan. Karena ketika berbicara selera kita akan menemukan beberapa faktor diantaranya usia dan lingkungan. Baik usia maupun lingkungan juga ikut mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan suatu produk. Lewat wawancara tersebut, bisa ditarik kesimpulan bahwa proses komunikasi pemasaran yang di terapkan Papa Ron's Pizza, tidak hanya dilakukan secara structural dengan resep dan standart produk. Tapi juga melalui pendekatan langsung seperti yang peneliti peroleh dari data observasi yaitu *follow up visit* (proses menindak lanjuti kunjungan).¹⁰

3. Potensi ekonomi masyarakat yang membeli

Dalam poses yang ke tiga yakni perencanaan komunikasi pemasaran untuk mengetahui potensi ekonomi masyarakat yang membeli produk-produk papa ron's pizza. Berikut merupakan hasil kutipan peneliti dari proses wawancara dengan pihak manajemen.

Menetapkan sebuah harga pada suatu produk adalah hal yang sangat sulit bagi kami. Karena potensi ekonomi masyarakat Surabaya pada umumnya bukanlah masyarakat yang konsumtif sepenuhnya. Namun hal itu bisa kita antisipasi dengan mengadakan sebuah perencanaan komunikasi perencanaan pada prilaku dan potensi ekonomi masyarakat. Seberapa besar ketertarikan masyarakat akan produk kita dan sebesar apa masyarakat bisa membeli produk kita. Oleh karena itu pihak manajemen papa ron's pizza selalu membuat promosi-promosi baru dengan tujuan agar konsumen tertarik akan

¹⁰ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 22 Mei 2013 Jam 16.00

produk-produk kita tanpa harus berfikir uangnya tidak cukup untuk membeli.¹¹

Pada proses ketiga ini bisa dikatakan pihak papa ron's pizza melakukan sebuah perencanaan komunikasi pemasaran dengan pemberian promo-promo menarik seperti promo pelajar/mahasiswa, promo creazy over, promo junior pizza meker. Dengan tujuan agar masalah ekonomi tidak menjadi halangan konsumen itu datang untuk menikmati produk-produk yang di sajikan oleh papa ron's pizza.

4. Produk baru yang di tawarkan

Hal yang terakhir yang di ungkapkan oleh pihak manajemen paparon pizza dalam proses perencanaan komunikasi pemasaran adalah merencanakan publikasi produk baru yang ditawarkan kepada konsumen dan kalayak public. Untuk melakukan promosi tersebut pihak papa ron's pizza sering melakukan sebuah kerjasama denga beberapa media pos seperti *iklan pos* dan beberapa majalah *iklan mall*. Beberapa kesimpulan yang di ungkapkan oleh pihak manajemen. seperti yang dikutip peneliti dari hasil wawancara berikut ini.

Mengembangkan usaha dalam bidang pangan, baik berupa produk mentah, bahan setengah jadi maupun produk jadi merupakan kegiatan yang memiliki prospek sangat baik. Hal ini disebabkan oleh karena selama manusia hidup

¹¹ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 22 Mei 2013 Jam 16.00

akan selalu memerlukan pangan untuk kebutuhan fisiknya. Jadi usaha dalam bidang pangan orientasinya bisa seumur hidup. Permasalahannya adalah dalam mengembangkan usaha bidang pangan ini banyak kendala yang dihadapi, mulai dari ketersediaan bahan baku, aspek kesehatan, periode waktu atau umur konsumsi hingga cara penanganannya. Penyajian produk pangan yang tidak memenuhi syarat utama yaitu aspek kesehatan sudah barang tentu tidak akan menarik di mata konsumen. Namun pihak manajemen paparon pozza memiliki system kerjasama dalam memasarkan produk-produk baru yang dimilikinya. Seperti pembuat iklan lewat media pos, pamphlet, brosur dan juga baner. Itu semua bertujuan untuk memperkenalkan produk baru kita pada konsumen melalui media komunikasi yang ada..¹²

Semua faktor di atas akan berdampak pada keberhasilan dalam komunikasi pemasaran produk kepada konsumen. Idealnya produk pangan yang akan dipasarkan memiliki umur konsumsi yang lama, mudah diolah menjadi berbagai macam produk, mudah dalam mengolah dan menyajikannya, tidak sulit dalam menyajikan kemasannya, memenuhi standar yang berlaku umum untuk produk pangan terutama yang menyangkut kesehatan dan dapat dipasarkan di berbagai tempat. Untuk mendapatkan produk pangan yang ideal tersebut tidak mudah, oleh karena tidak semua bahan memiliki karakteristik yang sama, yang pada akhirnya akan membawa konsekuensi kepada biaya produksi dan cara penyajiannya.

¹² Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 22 Mei 2013 Jam 16.00

b. implementasi komunikasi pemasaran

implementasi pemasaran merupakan tahapan perusahaan mengambil langkah untuk merealisasikan rencana pemasaran ke usaha-usaha nyata, yang juga menunjukkan siap mengerjakan apa, kapan dan bagaimana melaksanakan perencanaan pemasaran. Jika implementasi pemasaran tersebut tidak efektif, maka perencanaan pemasaran tidak ada gunanya. Pelaksanaan pemasaran merupakan proses yang sangat penting oleh karena itu memerlukan keahlian mengalokasikan, memonitor, mengorganisasi dan berintraksi di tingkat-tingkat fungsi-fungsi pemasaran, program pemasaran dan kebijakan pemasaran.¹³

Dari hasil observasi dan dialog yang dilakukan oleh peneliti dengan sebagian pihak manajemen level. Papa Ron's Pizza merupakan sebuah restoran yang bergerak di bidang kuliner Pizza dimana dalam proses pemasarannya membutuhkan berbagai bentuk implementasi dalam memasarkan produknya. Pihak CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza harus mengorganisasikan berbagai macam fungsi pemasaran sehingga memungkinkan kerja sama tim yang berorientasi pada pasar sejak dini sehingga bentuk implementasi komunikasi pemasaran bisa maksimal dan memenuhi

¹³ Majalah marketing. 2004. Majalah pemasaran dan penjualan , No. 1-12 Jakarta: PT. info cahaya hero

target pasar. Seperti yang penulis kutip dari hasil wawancara dengan manajer papa ron's pizza tanggal 22 Mei 2013.

1. Pelaksanaan penjualan produksi

Kondisi masyarakat sebagai konsumen berbagai jenis produk dewasa ini semakin menunjukkan kemajuan. Hal ini tentunya terjadi seiring dengan meningkatnya daya beli masyarakat, maka kebutuhan masyarakat juga terasa kian beragam, saat ini konsumen dalam menentukan pilihan pada saat membeli sebuah produk tidak saja dipengaruhi oleh adanya kebutuhan akan produk tersebut tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lainnya seperti untuk memenuhi prestise seseorang, ingin mendapatkan kepuasan dan lain sebagainya. Akibat adanya faktor-faktor tersebut tentunya minat konsumen terhadap suatu produk juga beragam seperti hasil kutippan pada observasi dan wawancara yang di lakukan peneliti dengan pihak manajemen paparon's pizza berikut ini.

Setiap pola system komunikasi pemasaran pasti memerlukan yang namanya bentuk implementasi komunikasi pemasaran. Begitu juga dalam bentuk penjualan produksi, pihak kami selalu melakukan penempatan fungsional dimana setiap proses komunikasi pemasaran selalu dilaksanakan berdasarkan tujuan awal dibentuknya sebuah pola komunikasi. Sehingga dari situ penempatan atau implementasi komunikasi pemasaran akan berjalan dengan lancar.

2. Konsumen merasa senang dengan produk Papa Ron's

Seringkali dalam berbelanja, orang membeli sebuah produk tidak tergantung pada kualitas barangnya semata. Sikap ramah pelayan, suasana nyaman yang sengaja dihadirkan oleh pemilik usaha juga memberikan pengaruh yang besar bagi pembeli untuk betah berlama-lama memilih barangnya hingga akhirnya memutuskan untuk membeli. Bahkan tidak jarang bagi pembeli yang terpuaskan akhirnya menjadi pelanggan yang setia. Lalu trik jitu apa yang bisa dilakukan Papa Ron's Pizza untuk membuat pembeli menjadi pelanggan yang loyal berikut hasil kutipan dari proses observasi dan wawancara peneliti dengan pihak manajemen.

Pada dasarnya proses pelayanan adalah over all dimulai dari sapaan, tatapan mata, intonasi, volume, dan bagaimana cara pemilik usaha mendengarkan dan memberikan pelayanan kepada calon pembelinya. Namun demikian yang paling penting adalah kualitas barang-barang yang dijual. Dengan memberikan produk yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan konsumen maka kita sudah dapat memberikan pelayanan maksimal sebesar 75 persen, sementara masalah layout, kemasan atau packaging hanya sebesar 25 persen dari total semua pelayanan yang diberikan,"urai Yuliana Agung. Sementara untuk masalah sikap dan perilaku pelayanan sulit untuk dilakukan identifikasi besarnya sebab hal itu sesuatu yang sangat subyektif dan tidak ada standar bakunya, namun demikian Yuliana Agung meyakini bahwa sikap yang baik akan mendorong sukses tidaknya seorang calon pelanggan mau melirik produk yang dihasilkan oleh pemilik usaha¹⁴

¹⁴ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 23 Mei 2013 Jam 21.00

Mencari pelanggan tentu saja bukan perkara mudah apalagi untuk mempertahankannya agar terus loyal pada produk yang ditawarkan. Sebab menurut Ibu Miranda selaku owner CV Cita Rasa Cemerlag Papa Ron's Pizza, tidak ada sesuatupun yang tetap dan loyal dalam dunia bisnis kecuali jika terjadi suatu monopoli. "Setiap orang tentu saja ingin mencoba sesuatu yang baru, tidak mungkin jika selamanya mereka hanya setia pada satu produk saja kecuali jika ada monopoli. Misalnya saja pada monopoli telepon seluler oleh Telkomsel dahulu, sehingga pelayanan apapun yang diberikannya akan tetap diterima konsumen baik pelayanan tersebut baik ataupun buruk karena hanya itu satu-satunya hal yang bisa dilakukan," ungkapnya¹⁵

3. Produk yang dijual itu sesuai dengan tujuan pembeli

Suatu produk senantiasa dikembangkan untuk memberikan kepuasan pada konsumen. Namun di dalam perkembangannya produk tetap mempunyai suatu inti yang sangat berhubungan erat dengan maksud dan tujuan dibuatnya produk tersebut. Bentuk produk tersebut mungkin berubah karena disesuaikan dengan kondisi yang ada, dimana produk yang sudah mempunyai bentuk diberi tambahan yang akhirnya tiba di tangan konsumen dalam suatu bentuk yang utuh. Dari hasil

¹⁵Hasil dialog dengan ibu Miranda owner restoran papa ron's pizza.

observasi yang peneliti lakukan di lapangan menunjukkan hasil sebagai berikut sesuai dengan kutipan dari hasil wawancara.

Pada proses ini pihak manajemen melakukan tinjauan langsung pada setiap transaksi jual beli berlangsung. Karena secara tidak langsung produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, kebijakan perusahaan dan suplayer. Produk yang di jual juga bervariasi agar pelayanan perusahaan yang diterima oleh pembeli menjadi alat untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan minat konsumen.¹⁶

Jadi produk dapat berbentuk sesuatu yang berwujud maupun yang tidak berwujud (bersifat fisik atau non fisik), seperti barang dan jasa, orang, tempat, organisasi dan ide. Sebagai contohnya; barang fisik (seperti pizza, beverages, komputer), jasa (seperti restoran, service, transportasi), orang atau pribadi, tempat dan ide. Dalam hal ini produk tersebut memiliki seperangkat atribut baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud yang dapat diterima oleh pembeli sebagai suatu pembelian. Semuanya itu untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk yang dapat memuaskan kebutuhan tetapi dapat memuaskan keinginan. Jadi, produk bisa berupa manfaat *tangible* maupun *intangible* yang dapat memuaskan pelanggan.

h. Pengendalian Komunikasi Pemasaran

¹⁶Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 28 Mei 2013 Jam 22.00

pengendalian pemasaran merupakan lanjutan yang wajar dari perencanaan, organisasi dan pelaksanaan pemasaran. Meskipun sistem pengendalian harus dibuat sesuai dengan situasi pengendalian mengikuti proses dasar yang sama. Dari proses wawancara yang peneliti lakukan dengan pihak manajemen CV Cita Rasa Cemerlang Papa Ron's Pizza menghasilkan beberapa point sebagai berikut:

1. menentukan apa yang dikendalikan

Dalam sebuah proses pemasaran, sangat di butuhkan sebuah keputusan atau sebuah pilihan dalam melaksanakan sebuah pengendalian pemasara. karena dengan adanya sebuah perencanaan akan problem yang menjadi focus pengendalian, maka proses pengendalian pemasaran akan lebih efektif dilakukan. Berikut kutipan wawancara peneliti dengan pihak manajemen papa ron's pizza.

Pengendalian ini dilakukan secara berkala atau periodik, yang umumnya tahunan atau kuartalan untuk menilai efektifitas program atau rencana yang telah dibuat, dan bila diperlukan penyempurnaan atau koreksi. Yang bertanggung jawab atas pengendalian fektifitas program ini adalah top manajemen dan midle manajemen. Tujuan pngendalian ini adalah untuk mengetahui apakah sasaran yang telah ditetapkan dapat efektif.¹⁷

2. menetapkan standar

¹⁷Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 23 Mei 2013 Jam 21.00

Setandar berarti menetapkan apa dan bagaimana produk secara keseluruhan, yaitu produk yang seharusnya ditawarkan kepada konsumen. Dalam restoran Papa Ron's Pizza terdapat beberapa jenis standar. sesuai dengan hasil observasi dan wawancara peneliti dengan pihak manajemen papa ron's pizza sebagai berikut:¹⁸

- Peraturan dan ketentuan bagi para pelaksana (manager dan para staf) yang meliputi segala aspek yang berkaitan dengan administrasi para pelaksana, disiplin dan sebagainya.
- Standar fasilitas yaitu standar fasilitas terdiri dari ukuran dan jenis fasilitas fisik, yang kesemuanya itu harus ditetapkan mulai dari sejak dari awal restoran Papa Ron's Pizza dibuka.
- Standar makanan dan minuman. Standar – standar ini dipakai untuk menetapkan ukuran porsi makanan dan minuman, resep makanan dan minuman dan presentasi semua makanan dan minuman yang ada di menu, daftar makanan (*food list*) dan daftar minuman (*beverage list*)
- Standar pelayanan. Standar pelayanan ini merupakan tingkat pelayanan yang diberikan kepada tamu atau customer, termasuk pedoman – pedoman untuk seluruh komponen – komponen produk tidak nyata.

3. mengukur kinerja

Proses mengukur kinerja ini biasanya digunakan untuk menilai dan memonitor seberapa besar servis yang telah dilakukan oleh pihak manajemen restoran Papa Ron's Pizza dalam menarik seorang customer. Keuntungan – keuntungan yang dapat diperoleh dengan adanya atau digunakan suatu pengukuran pada kinerja

¹⁸ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 23 Mei 2013 Jam 21.00

Pekerjaan. sesuai dengan hasil obcervasi dan wawancara peneliti dengan pihak manajemen papa ron's pizza sebagai berikut.

- Mempunyai nilai sebagai alat atau saluran komunikasi bagi manajemen dengan para staf dan para pelaksananya.
- Melalui proses pengukuran kinerja pekerjaan, seluruh staf dan karyawan akan mengetahui secara jelas, berusaha untuk memahami tentang tujuan dan sasaran, serta kebijakan dan prosedur kerja perusahaan.
- hal ini juga dapat digunakan sebagai alat atau acuan untuk melaksanakan pelatihan baik bagi para staf dan karyawan, serta bagi para karyawan baru.
- mengukur kinerja pemasaran dapat mengurangi waktu yang terbuang, dengan demikian diharapkan akan meningkatkan produktivitas kerja baik bagi manajemen ataupun bagi para staf dan karyawan.
- Dengan dibantu oleh pengawasan yang dilaksanakan dalam proses pekerjaan, maka semua dapat dilaksanakan secara lebih konsisten, dan menjamin terciptanya produk yang standar, sekalipun dikerjakan oleh orang – orang yang berbeda dan waktu pelaksanaan yang tidak bersamaan.¹⁹

4. Mempertahankan SDM staf

Dengan membangun team yang solid sesame karyawan baik sesame staf satu defisi atau dengan devisi yang lain. Dari proses membangun team yang solid itu maka outputnya pun akan bermanfaat pada tercapaiya service yang baik. sesuai dengan hasil obcervasi dan wawancara peneliti dengan pihak manajemen papa ron's pizza sebagai berikut

Untuk mempertahankan SDm karyawan, perlu dilakukan *trening remain* secara keseluruhan dengan tujuan di lakukanya *trening* adalah untuk meningkatkan *gaide* yang

¹⁹ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 22 Mei 2013 Jam 16.00

berkualitas sehingga akan terciptanya (*human relation and social marketing*) yang menguntungkan citra bagi perusahaan secara keseluruhan. Dan juga berpengaruh dalam membangun komunikasi internal dan terciptanya tujuan yang sama yaitu mempromosikan serta member service yang baik dan dapat memuaskan pelanggan.²⁰

Dari semua proses perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan pihak manajemen paparon pizza. Bias ditarik kesimpulan bahwa proses komunikasi pemasaran yang dilakukan papa ron's pizza untuk menarik pelanggan selalu dilakukan dengan terorganisasi dan terarah sesuai dengan struktural perusahaan.

²⁰ Wawancara dengan manajer papa ron's pizza bapak ende wisatawan tanggal 25 Mei 2013 Jam 18.00