

## **Analisis *External Enviromental* Manajemen Strategik Bisnis Pada Industri Pizza Hut**

Erilia Kesumahati <sup>1</sup>, Elvy Tan <sup>2</sup>, Warna Gamelia <sup>3</sup>, Warni Gamelia <sup>4</sup>, Selina <sup>5</sup>, Selina <sup>6</sup>  
*1,2,3,4,5,6 Manajemen, Universitas Internasional Batam*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dan mengidentifikasi persaingan terhadap salah satu bisnis cepat saji yaitu Pizza Hut. Dalam mengevaluasi lingkungan eksternal Pizza Hut dengan menggunakan analisis PESTEL yang mengkaji berbagai faktor seperti politik, hukum, ekonomi, lingkungan, sosial dan teknologi. Dalam mengidentifikasi persaingan dalam bisnis Pizza hut, *five forces competition model* dijadikan sebagai metode dalam menganalisis dan menilai kekuatan kompetitif Pizza hut dalam industri cepat saji. Analisis lingkungan pesaing Pizza Hut dilakukan dengan tujuan menentukan strategi terbaik untuk bersaing secara efektif di industri cepat saji. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan memanfaatkan data yang tertulis yang telah di olah pihak lain.

**Kata Kunci:** *Bisnis, Persaingan, Lingkungan*

Copyright (c) 2023 Erilia Kesumahati

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [eriliakesumahati@gmail.com](mailto:eriliakesumahati@gmail.com)

## **PENDAHULUAN**

Bisnis makanan cepat saji adalah salah satu bisnis yang terus berkembang dan memiliki banyak pesaing di pasar. Pizza Hut adalah Salah satu bisnis makanan cepat saji yang terkenal di seluruh dunia. Meskipun memiliki reputasi yang baik dan penggemar yang banyak, Pizza Hut tetap harus terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan pesaing agar bisa mempertahankan posisi di pasar.

Dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan posisi di pasar, penting bagi Pizza Hut untuk memiliki perencanaan strategi bisnis yang matang. Perencanaan strategi bisnis adalah suatu proses yang digunakan untuk menentukan tujuan bisnis jangka panjang, mengevaluasi situasi pasar dan persaingan, serta mengembangkan rencana taktis untuk mencapai tujuan tersebut.

Pizza Hut merupakan salah satu bisnis makanan cepat saji yang telah beroperasi selama puluhan tahun. Meskipun memiliki reputasi yang baik dan penggemar yang banyak, Pizza Hut tetap menghadapi tantangan di pasar, termasuk persaingan yang semakin ketat dan perubahan tren konsumen. Oleh karena itu, Pizza Hut perlu melakukan perencanaan strategi bisnis yang tepat untuk mengatasi tantangan ini dan mempertahankan posisi di pasar.

Tujuan dari artikel ini yaitu untuk membahas perencanaan strategi bisnis yang dapat membantu Pizza Hut dalam menghadapi tantangan di pasar dan mempertahankan posisi di pasar. Artikel ini akan membahas langkah-langkah yang

harus diambil oleh Pizza Hut dalam mengembangkan perencanaan strategi bisnis yang matang, serta manfaat yang dapat diperoleh oleh Pizza Hut dari perencanaan tersebut.

Manfaat dari perencanaan strategi bisnis adalah dapat membantu Pizza Hut dalam mengidentifikasi peluang pasar yang potensial, mengatasi tantangan persaingan, memaksimalkan keuntungan, serta meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasi bisnis secara keseluruhan. Dengan melakukan perencanaan strategi bisnis yang tepat, Pizza Hut dapat mempertahankan posisi sebagai salah satu pemain utama di pasar makanan cepat saji dan menghadapi persaingan dengan lebih baik.

### **General Environment (PESTEL)**

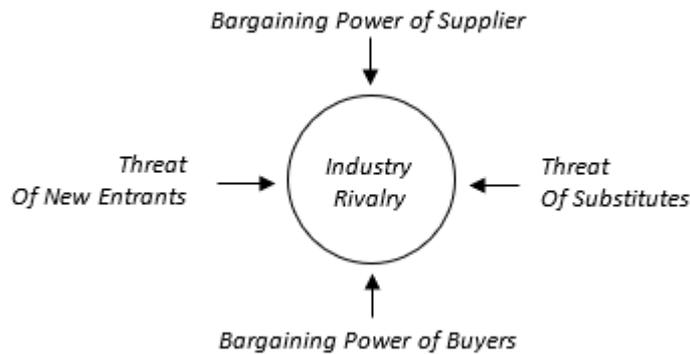
Analisis lingkungan penting untuk mengembangkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, untuk mengenali peluang dan risiko, serta memberikan peluang kerjasama yang produktif dengan perusahaan lain. Model analisis yang sering digunakan untuk menganalisis lingkungan biasa disebut dengan PESTEL yang terdiri dari enam segmen yaitu politik, ekonomi, sosial, teknis atau teknologi, ekologi dan hukum.

Faktor politik dalam analisis PESTEL dapat mencakup beberapa bahasan mengenai undang-undang perpajakan, kebijakan pemerintah, risiko politik, pemilu, dan pembatasan perdagangan. Sedangkan pada faktor ekonomi umumnya mencakup kebijakan moneter bank sentral, kebijakan fiskal, pertumbuhan, suku bunga, nilai tukar, inflasi, serta upah dan pajak. Pada faktor sosial membahas tentang demografi, LSM, sistem kesehatan dan asuransi. Untuk faktor teknologi dapat mencakup inovasi, sistem komputer, dan hak cipta. Faktor lingkungan dapat meliputi iklim, cuaca, alam, bahan mentah, serta polusi. Kemudian, faktor hukum dapat mencakup beberapa bahasan seperti undang-undang ketenagakerjaan, undang-undang, hak dan hukum konsumen (Marinović-Matović & Arsić, 2020).

Analisis PESTEL memiliki dua fungsi dasar bagi perusahaan. Yang pertama adalah mengaktifkan identifikasi lingkungan dimana perusahaan beroperasi serta sebagai penyedia informasi dan informasi yang memungkinkan perusahaan mengantisipasi situasi dan kondisi yang mungkin dihadapinya di masa yang akan datang. Oleh karena itu, analisis PESTEL merupakan analisis prasyarat yang harus digunakan dalam manajemen strategis (Yüksel, 2012). Meskipun bentuk analisis PESTEL saat ini memberikan pengetahuan dasar yang penting, konseptual istilah, untuk analisis lingkungan makro, memiliki beberapa keterbatasan dalam hal pengukuran dan evaluasi (de Sousa & Castañeda-Ayarza, 2022).

### **Industry Environment (*Five Forces Competition Model*)**

Tahap yang digunakan untuk mengetahui keunikan suatu perusahaan berdasar dari faktor eksternal perusahaan disebut dengan Teori Porter's Five Forces. Berikut merupakan gambar teori Porter's Five Forces (Irfan et al., 2019):



**Gambar 1.** *Bargaining Power of Supplier* diagram

1. Ancaman Pendetang Baru (*Threat of New Entrants*)  
Bermunculannya kompetitor baru akan menjadi ancaman untuk perusahaan. Dengan banyaknya kompetitor baru akan berdampak pada ketatnya persaingan antar perusahaan sehingga dapat menurunkan profit dari perusahaan jika kalah menang.
2. Ancaman produk atau jasa pengganti (*Threat of Substitutes*)  
Produk atau jasa pengganti yang semakin banyak akan mempengaruhi profit yang didapatkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, penawaran harga yang menarik dapat menyebabkan pembatasan profit perusahaan yang semakin ketat. Sehingga semakin banyak jenis produk dan jasa, akan mempengaruhi pendapatan perusahaan.
3. Kekuatan tawar menawar pembeli (*Bargaining Power of Buyers*)  
Kemampuan tawar menawar yang dilakukan pembeli pada suatu perusahaan tentu dapat mempengaruhi harga jual dari produk. Otomatis juga akan mempengaruhi profit yang didapatkan oleh perusahaan. Dengan adanya pembeli yang memiliki kemampuan tawar menawar yang tinggi akan dapat meningkatkan persaingan antar kompetitor.
4. Kekuatan tawar menawar pemasok (*Bargaining Power of Suppliers*)  
Untuk menaikkan harga serta menurunkan kualitas atau jasa yang dibeli, pemasok menggunakan daya tawar mereka dengan pembeli industri. Maka dari itu, perusahaan umumnya memberi penawaran produk dengan harga yang paling rendah dan jika memungkinkan dapat menyaingi kompetitor.
5. Persaingan dalam industri sejenis (*Rivalry of Competitors*)  
Persaingan di antara sesama adalah kunci daya saing. Pesaing dalam hal ini adalah industri yang memproduksi dan menjual produk sejenis dan bersaing di pasar yang sama. Persaingan biasanya membandingkan barang dalam hal harga, kualitas dan pelayanan.

### Competitor Environment

Competitor environment atau lingkungan persaingan merupakan salah satu bagian dari lingkungan bisnis eksternal. Lingkungan persaingan dapat didefinisikan sebagai lingkungan dimana terdapat banyak perusahaan yang menarik konsumen pada pasar yang sama (Anggraeni, 2012). Competitor environment menjadi salah satu hal yang harus dianalisis dengan baik oleh perusahaan karena di suatu perusahaan dilakukannya pemahaman terhadap para pesaing dan posisi pasarnya. Terutama apabila posisi pasarnya sama dan juga produk yang dipasarkan juga sama. Pada perusahaan dapat dilakukan analisis lingkungan eksternal salah satunya dengan

menganalisis competitive environment kemudian akan digambarkan dalam bentuk strategi bersaing yang dapat dilakukan perusahaan tersebut untuk memenangkan persaingan. Dilakukannya analisis competitive environment dilakukan untuk menanggapi adanya perubahan lingkungan eksternal dan internal (Marpaung, 2017).

## METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan untuk penelitian lingkungan eksternal pizza hut adalah penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2018) penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek secara alamiah yang dimana peneliti sebagai kunci utama, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan metode deskriptif untuk menghasilkan data primer maupun sekunder yang berfungsi untuk penyusunan permasalahan secara ilmiah. Menurut Sugiyono (2018) penelitian metode deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui variabel yang diteliti tanpa adanya perbandingan dengan variabel lainnya.

Penelitian ini dilakukan dengan teknik deskriptif kualitatif yang artinya teknik analisis dengan mendeskripsikan variabel yang menjadi fokus utama penelitian yaitu meneliti lingkungan eksternal pizza hut.

### Objek Penelitian

Menurut Supriati (2012 : 38) objek penelitian adalah variabel yang akan diteliti untuk mendapatkan data yang valid. Objek pada penelitian ini adalah restoran cepat saji dengan menu khas masakan Italia, Pizza Hut.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian restoran pizza hut, terdiri beberapa teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.

1. Pengumpulan data dengan Dokumentasi  
Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data dengan mengumpulkan dokumen serta lampiran yang memiliki fungsi dan berguna bagi penelitian.
  - a. Studi Dokumen  
Metode pengumpulan data yang dilakukan secara tidak langsung tertuju pada subjek penelitian. Studi dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif dengan menganalisis dokumen tertulis yang berupa tulisan dari situs resmi, gambar dan lainnya yang tertulis oleh subjek penelitian.
  - b. Studi Pustaka  
Metode ini dilakukan dengan mencari informasi mengenai teori, konsep dan metode yang berkaitan dengan subjek penelitian. Studi pustaka dapat di cari melalui referensi berupa buku, jurnal, internet atau sumber lainnya.

### Sumber Data

Sumber data merupakan bagian penting karena dapat memperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan penelitian. Sumber data terdiri 2 (dua) jenis sebagai berikut.

- a. Data Primer

Menurut Husein Umar (2013 : 42) data primer adalah sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli secara individu dapat berupa dari hasil wawancara oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan adanya media perantara atau data yang telah diolah menjadi tabel atau diagram.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan data sekunder sebagai sumber data. Yang artinya data yang diambil merupakan data yang telah diolah oleh pihak lain sehingga peneliti hanya akan meneliti dari data yang berupa tulisan dari situs resmi, dokumen dan lainnya.

### Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses pengujian keakuratan data dan penyusunan data secara sistematis yang diperoleh dari pengumpulan data dengan menyusun dan menjabarkan data ke dalam bagian – bagian penting dan yang akan dipelajari dan membuat sebuah kesimpulan sehingga mudah di pahami oleh semua pembaca.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah meringkas, memilah data-data yang penting, memfokuskan pada hal yang sesuai dengan topik penelitian. Dengan ini peneliti telah reduksi data yang dihasilkan mengenai pizza hut sehingga memberikan gambaran yang jelas yang mempermudah untuk pengumpulan data selanjutnya.

b. Display data

Kumpulan informasi yang telah disusun disajikan ke dalam laporan tertulis dengan bentuk penyajian berupa teks yang bersifat naratif.

c. Pengambilan Kesimpulan

Langkah terakhir dalam penelitian ini adalah membuat kesimpulan dari keseluruhan data yang telah diproses. Dengan adanya data pendukung yang valid ini maka peneliti dapat membuat sebuah kesimpulan yang terjamin kredibilitasnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Pizza Hut perlu dilakukan dalam pemahaman terhadap lingkungan eksternal. Analisis untuk mengetahui pengaruh lingkungan eksternal dilakukan agar industri Pizza Hut dapat menentukan keinginan pasar terhadap keunggulan pesaing sehingga membantu perusahaan membuat keputusan strategis dengan benar, menjaga perspektif tren eksternal, dan faktor lingkungan eksternal. Analisis Pizza Hut yang dilakukan menggunakan Analisis PESTEL yaitu lingkungan umum pada Pizza Hut, Analisis Five Forces Competition Model terhadap lingkungan industri dan Analisis Lingkungan Pesaing.

### Analisis PESTEL terhadap Pizza Hut *General Environment* (PESTEL)

Analisis PESTEL Pizza Hut menganalisis mengenai merek dalam taktik bisnisnya. Analisis tersebut mengkaji berbagai faktor seperti faktor politik, sosial, ekonomi, bisnis teknologi, hukum dan lingkungan.

a. Faktor Politik dalam Analisis PESTEL Pizza Hut

Pizza Hut adalah merek restoran pizza terkemuka dan telah memperluas jangkauannya ke seluruh dunia. Dari Amerika Serikat hingga negara dunia ketiga di Asia, sangat penting bagi bisnis untuk mempertimbangkan berbagai faktor politik. Struktur dan institusi politik yang kuat mendukung pertumbuhan dan

perkembangan Pizza Hut. Stabilitas pemerintah juga memungkinkan bisnis seperti Pizza Hut berkembang secara regional maupun internasional. Hubungan perdagangan dengan negara lain karena stabilitas dan kekuatan politik memungkinkan bisnis seperti Pizza Hut mempertahankan afiliasi bisnis lepas pantai dengan mudah dan lancar. Tindakan pemerintah dan kebijakan yang dibuat oleh mereka menentukan keberhasilan bisnis dan menentukan kemudahan bisnis mereka dan dapat dilakukan tanpa hambatan. Jika pemerintah mendukung peningkatan jumlah gerai Pizza Hut, maka akan semakin meningkatkan lapangan kerja di daerah tersebut. Untuk rantai makanan seperti Pizza Hut, kebijakan ini sangat penting karena kebijakan ramah membantu mereka mendirikan gerai dengan mudah dan juga mengoperasikannya secara efisien.

Stabilitas pemerintah juga menarik investor untuk bisnis dan perusahaan seperti Pizza Hut yang mengarah pada pertumbuhan dan perkembangan infrastruktur serta meningkatkan citra internasional. Stabilitas pemerintahan yang tinggi juga dapat menarik sumber daya untuk pengembangan industri secara keseluruhan, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja pemain dan meningkatkan posisi kompetitif secara keseluruhan.

Kebijakan pajak yang menguntungkan memungkinkan bisnis seperti Pizza Hut berkembang dengan mudah. Subsidi pemerintah dan tarif pajak yang menguntungkan juga akan memungkinkan Pizza Hut mempertahankan daya saing dengan mengendalikan biaya menjalankan bisnisnya. Biaya menjalankan bisnis, pada gilirannya, juga tidak akan dibebankan kepada konsumen, sehingga konsumen dapat menikmati harga yang menguntungkan dan kompetitif.

#### b. Faktor Ekonomi dalam Analisis PESTEL Pizza Hut

Negara dengan sistem ekonomi makro memiliki efek langsung pada rantai bisnis seperti Pizza Hut. Demikian pula, produk domestik bruto, tingkat pengangguran dan tingkat inflasi daerah mempengaruhi bisnis dalam arti yang lebih luas. Tingkat inflasi yang moderat juga akan membantu bisnis tumbuh dan bekerja secara positif untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, dan tren belanja konsumen. Akibatnya, perekonomian akan terdorong dan pendapatan yang dapat dibelanjakan secara keseluruhan juga akan meningkat. Semakin banyak masuknya investasi asing langsung di negara bagian, semakin besar jumlah waralaba Pizza Hut yang akan dibangun.

Efisiensi pengoperasian pasar keuangan berdampak besar pada kemampuan Pizza Hut untuk meningkatkan modal dengan harga yang wajar. Jika inflasi meningkatkan biaya bahan baku maka hal ini menyebabkan tingginya harga produk. Tren pengangguran yang lebih tinggi juga dapat mencerminkan kesenjangan dalam keterampilan dan pengetahuan tenaga kerja yang lagi-lagi akan merugikan konsumen melalui harga produk yang jauh lebih tinggi.

#### c. Faktor Sosial dalam Analisis PESTEL Pizza Hut

Setiap negara memiliki norma budaya, nilai, kepercayaan dan agama yang mempengaruhi kerja organisasi. Faktor-faktor seperti Demografi dan harapan hidup masyarakat mempengaruhi fakta apakah waralaba Pizza Hut dapat didirikan. Daerah dengan harapan hidup yang tinggi dan populasi perkotaan yang lebih besar memiliki keuntungan yang lebih baik. Porsi yang lebih tinggi dari populasi yang lebih muda bermanfaat bagi Pizza Hut karena akan memungkinkan perusahaan memiliki basis populasi konsumen yang lebih besar. Selain itu populasi yang lebih muda juga akan menjanjikan Pizza Hut dengan pekerja dan

SDM yang lebih terampil dan terdidik, sehingga menambah luas. Kelas menengah ke atas juga penting bagi Pizza Hut sebagai konsumen dan pendukungnya saat ini. Preferensi masyarakat lokal sangat mempengaruhi profitabilitas.

Porsi populasi yang meningkat mengadopsi tren kesehatan dan kebugaran. Tren kesehatan dan kebugaran juga telah diterjemahkan ke dalam keputusan dan pola konsumsi Pizza Hut telah memperkenalkan aspek kesehatan dalam pemasarannya, dan juga menambahkan fitur kesehatan dalam produk mereka sesuai penelitian dan perilaku konsumen penilaian. Kesadaran kesehatan yang meningkat juga mendorong Pizza Hut untuk berkolaborasi dan mengambil inisiatif CSR yang berfokus tidak hanya pada kesehatan fisik, tetapi juga kesehatan dan kesejahteraan mental dan emosional.

#### d. Faktor Teknologi dalam Analisis PESTEL Pizza Hut

Untuk mencegah keusangan di masa depan oleh perusahaan, penting bagi merek untuk terus berinovasi dan berkreasi dengan bantuan teknologi baru yang mengganggu. Pada 1990-an Pizza Hut memiliki keuntungan terbesar di industri ini. Dengan tahun 2000-an dan mungkin setelah 2007, sejumlah rantai baru seperti Pizza Hut muncul ke pasar. Kini, untuk menghadapi persaingan Pizza Hut meluncurkan ide baru agar tetap relevan di pasar. Tren industri saat ini juga meningkatkan penjualan perusahaan. Akibatnya, Pizza Hut memiliki keunggulan kompetitif yang khas dalam hal kemajuan teknologi, dan bisnis terus menggunakan, serta berpartisipasi dalam proses inovasi untuk meningkatkan siklus bisnis dan operasi. Kemudahan pemesanan makanan dari portal online beserta diskon yang ditawarkan berdampak positif terhadap profitabilitas.

Pizza Hut juga memanfaatkan penetrasi internet yang tinggi untuk menjangkau konsumen, serta untuk strategi pemasaran dan promosi agar dapat berinteraksi langsung dengan konsumen dan mengumpulkan feedback. Akibatnya, penetrasi internet yang lebih tinggi telah membantu Pizza Hut dalam meningkatkan kualitas dan pengirimannya, serta memungkinkannya untuk terlibat dalam komunikasi strategis dan proses pemasaran. Mereka telah berinvestasi dalam teknologi customer centric seperti data pelanggan berbasis komputer yaitu MIS (mengelola sistem informasi) yang bertindak sebagai bantuan langsung dalam mengumpulkan data pelanggan, melakukan transaksi harian, meramalkan masa depan dan pengambilan keputusan. Bisnis seperti Pizza Hut juga mulai menggunakan media sosial untuk tujuan perekrutan, yang menyoroti tren perubahan dalam komunitas bisnis sehubungan dengan media sosial.

#### e. Faktor Hukum dalam Analisis PESTEL Pizza Hut

Menghormati dan dengan rajin mengikuti undang-undang dan peraturan negara bisnis tertentu di mana rantai makanan bekerja menentukan nilai bisnis. Agar perusahaan dapat mempertahankan rasa serta kualitas Pizzanya, pemilik dan staf manajerial Pizza Hut harus fokus untuk mematuhi semua standar. Nama merek besar harus mematuhi undang-undang industri saat ini yang berhubungan dengan kesehatan dan keselamatan tenaga kerjanya. Ada peraturan ketat yang berhubungan dengan kesehatan dan keselamatan karyawan di tempat kerja. Keselamatan dan kesehatan tidak hanya melibatkan kesejahteraan fisik, tetapi juga kesejahteraan emosional dan mental karyawan. Departemen SDM Pizza Hut juga secara rutin mengadakan lokakarya dan sesi pelatihan bagi karyawan untuk melibatkan mereka, dan membuat mereka mengetahui undang-undang ketenagakerjaan, bersama dengan formalitas hukum lainnya.

f. Faktor Lingkungan dalam Analisis PESTEL Pizza Hut

Perusahaan-perusahaan yang menghasilkan limbah dalam jumlah besar dapat dikenakan denda yang besar dan juga diwajibkan oleh undang-undang untuk mengubah kebiasaan lingkungan mereka. Faktor-faktor seperti kebersihan dan tren terkait daur ulang perlu dipertimbangkan oleh rantai makanan seperti Pizza Hut. Merek Pizza Hut berfokus pada meminimalkan, mengurangi, dan mengkompensasi emisi karbon. Mereka memiliki beberapa inisiatif yang sama seperti green building dan efisiensi energi. Pizza Hut telah meluncurkan situs khusus untuk membuang produk yang akan didaur ulang agar konsumen dapat memanfaatkannya.

Pizza Hut secara teratur terlibat dalam kegiatan CSR yang ramah lingkungan. Pizza Hut juga memperkenalkan green product line yang merupakan variasi ide kreatif dari produk yang telah ada. Perusahaan berencana meningkatkan bobot ini produk hijau secara bertahap untuk meningkatkan perannya dalam pelestarian lingkungan. Pizza Hut juga mengadakan kontrak dengan pemasok dan distributor dalam rantai belakangnya yang terintegrasi, yang mengikuti prinsip-prinsip kuat terkait kelestarian lingkungan.

**Analisis Lingkungan Industri Pizza Hut terhadap *Five Forces Competition Model***

Daya saing industri secara keseluruhan menurun ketika kekuatan-kekuatan ini mengurangi profitabilitas. Penerapan model ini dapat membantu Pizza Hut untuk menentukan daya tarik industri dan memahami posisi kompetitifnya di pasar. Analisis ini juga dapat digunakan untuk membuat berbagai keputusan strategis yang dapat meningkatkan kinerja Pizza Hut dan memastikan profitabilitas jangka panjang.

a. *Threats Of New Entrants* (Ancaman pendatang baru)

Pizza Hut akan menghadapi ancaman pendatang baru yang mencerminkan bagaimana pelaku pasar baru akan mendatangkan ancaman kepada pelaku pasar yang ada. Pizza Hut merupakan perusahaan yang memiliki keunggulan atas restoran lokal karena rantai pasokannya yang efisien dalam hal harga, yang sulit diatur oleh pendatang baru. Modal yang dibutuhkan dalam industri ini tinggi, sehingga sulit bagi pendatang baru untuk memulai bisnis karena tingginya biaya yang harus dikeluarkan. Pizza Hut telah melakukan komitmen untuk memberikan tepat waktu membuat citra merek dan loyalitas pelanggan berkembang yang sulit bagi pendatang baru.

Peraturan pemerintah untuk perusahaan menyatakan bahwa persyaratan perijinan dan peraturan harus dipenuhi sebelum perusahaan dapat mulai melakukan bisnis. Hal ini mempersulit pendatang baru untuk memasuki industri, sehingga mengurangi ketakutan akan pendatang baru. Pizza Hut dapat fokus pada inovasi agar membedakan produknya dari pendatang baru. Ini dapat digunakan untuk pemasaran untuk menciptakan kesadaran merek yang kuat ini akan membantunya mempertahankan pelanggannya alih-alih kehilangan pelanggan baru.

b. *Threat Of Substitute Products* (Ancaman Produk)

Pizza Hut dapat berfokus pada produknya. Hal ini dipastikan bahwa pembeli menganggap produk tersebut unik dan tidak akan mudah beralih ke alternatif yang tidak menawarkan nilai berbeda tersebut. Hal ini dapat memberikan kegunaan unik bagi pelanggannya dengan lebih mengetahui kebutuhan mereka melalui survei pada pasar dan menyediakan pelanggan dengan apa yang mereka

inginkan. Namun, ancaman ini sangat rendah untuk Pizza Hut karena Biaya peralihan penggunaan produk pengganti tinggi (karena biaya psikologis yang tinggi atau biaya ekonomi yang lebih tinggi), Pelanggan tidak dapat memperoleh utilitas yang sama (dalam hal kualitas dan kinerja) dari produk pengganti karena mereka berasal dari produk Pizza Hut. Pizza Hut dapat berfokus pada kualitas produk yang lebih baik. Oleh karena itu, pembeli akan memilah produk yang menawarkan kualitas lebih baik dengan harga lebih murah daripada produk pengganti yang menawarkan kualitas lebih baik dengan harga lebih tinggi.

c. *Rivalry Among Existing Firms* (Persaingan diantara perusahaan yang ada)

Pizza Hut memiliki sangat sedikit pesaing dalam industri tempatnya beroperasi. Sebagian besar juga perusahaan yang sudah lama. Hal ini membuat persaingan diantara perusahaan pada industri baru menjadi lemah dalam persaingan industri.

Demikian pula, ada beberapa faktor yang meningkatkan Persaingan diantara perusahaan yang ada untuk Pizza Hut Misalnya, perusahaan akan menghadapi Persaingan yang intens di antara perusahaan yang ada jika pelaku pasar beragam secara strategis dan menargetkan pasar yang sama. Persaingan juga akan semakin kuat jika pelanggan tidak setia dengan merek yang ada dan lebih mudah untuk menarik pelanggan lain karena biaya beralih yang rendah. Pesaing dengan ukuran yang sama dan menawarkan produk yang tidak terdiferensiasi dengan pertumbuhan industri yang lambat cenderung mengadopsi strategi agresif antara satu dengan yang lain. Semua faktor ini menciptakan persaingan diantara perusahaan yang ada menjadi perhatian strategis utama bagi Pizza Hut.

Seiring perkembangan industri, Pizza Hut dapat berfokus pada pelanggan baru alih-alih mendapatkan pelanggan dari bisnis yang sudah ada. Pizza Hut dapat melakukan riset pasar untuk memahami situasi pasokan di industri dan menghindari kelebihan produksi.

d. *Bargaining Power of Suppliers* (Daya Tawar Pemasok)

Ada lebih banyak pemasok dalam bisnis yang dijalankan Pizza Hut daripada pembeli. Hal ini berarti lebih sedikit pengendalian atas harga pemasok dan membuat negosiasi pemasok menjadi lemah. Produk yang ditawarkan oleh pemasok ini memiliki kualitas standar, kurang menarik, dan memiliki harga yang bervariasi. Ini memudahkan pembeli seperti Pizza Hut untuk beralih pemasok. Namun, diperlukan analisis biaya-manfaat yang terperinci untuk menentukan kelayakannya. Desain ulang produk dan diversifikasi lini produk juga dapat membantu organisasi mengurangi kekuatan pemasok di pasar.

Pizza hut dapat mengatasi daya tawar pemasok dengan membeli bahan mentah dari pemasoknya dengan harga murah. Jika beban biaya dari produk tidak sesuai untuk Pizza Hut, dia dapat berpindah pemasok karena biaya peralihannya yang rendah. Hal Ini membuat pizza hut mempunyai banyak pemasok dalam rantai pasokannya. Hal ini dapat dipastikan adanya efisiensi pada rantai pasokannya, karena dalam industri ini pelanggan utamanya adalah pemasoknya. Selain itu, Pizza Hut bisa mendapatkan keuntungan dari perkembangan hubungan dekat dengan para pemasoknya, yang tentunya diantara kedua belah pihak akan mendapatkan keuntungan.

e. *Bargaining Power of Buyers* (Daya tawar pembeli)

Jumlah pengecer dalam bisnis tempat Pizza Hut memiliki pengoperasian jauh lebih banyak dibandingkan jumlah perusahaan yang memproduksi produk

tersebut. Hal ini berarti konsumen dapat memilih perusahaan. Hal ini membuat daya beli pelanggan menjadi kekuatan terlemah dalam perindustrian.

Pendapatan konsumen dan bisnis yang rendah dapat membuat adanya insentif untuk membeli dengan harga lebih rendah dan konsumen mempertimbangkan harganya. Hal ini membuat daya beli konsumen menjadi lemah dalam industri. Hal ini berarti bahwa konsumen dan bisnis memiliki keuntungan lebih sedikit. Oleh karena itu, kekuatan hubungan pelanggan telah menjadi titik lemah dalam bisnis. Tidak ada ancaman besar bagi konsumen, oleh karena itu kurangnya ekonomi konsumen menjadi kekuatan yang lemah dalam bisnis.

### **Analisis Lingkungan Pesaing Pizza Hut**

Persaingan di industri jasa makanan cepat saji semakin hari semakin ketat. Semua pesaing utama di sektor ini merancang cara baru yang akan membantu mereka memperluas operasi mereka sebagai cara untuk menjangkau lebih banyak klien serta memaksimalkan upaya menghasilkan pendapatan. Pizza Hut adalah salah satu pesaing teratas di sektor ini. Ini adalah rantai restoran cepat saji berbasis di Amerika yang berspesialisasi dalam menawarkan pizza sebagai takeaway dan juga mengantarkan ke klien. Namun, menghadapi persaingan ketat dari beberapa merek terkenal, yang meliputi berikut ini.

#### 1) Domino's Pizza

Domino's Pizza tampaknya merupakan salah satu pesaing langsung dari Pizza Hut. Alasannya adalah karena keduanya menawarkan produk dan layanan yang kurang lebih serupa di industri tersebut. Domino juga menyediakan pengiriman pizza dan takeaway kepada pelanggannya. Dengan pendapatan operasional sekitar \$455 juta per tahun, ini menunjukkan bahwa ini memang pesaing yang kuat di sektor khusus ini sehingga sama pentingnya untuk dipertimbangkan dalam hal apa pun.

#### 2) McDonalds

Statika dalam industri layanan cepat menunjukkan bahwa McDonald's adalah gerai makanan cepat saji terkemuka di dunia dengan mempertimbangkan semua aspek. Ini mencakup persentase pangsa pasar yang cukup besar baik lokal maupun internasional. Usahanya untuk berekspansi ke lebih banyak kota juga berhasil menjadikannya restoran cepat saji terdepan dengan jumlah unit terbanyak di seluruh dunia.

#### 3) KFC

Salah satu elemen khusus yang dikuasai dengan sempurna oleh Kentucky Fried Chicken, yang populer disebut KFC adalah seni menciptakan kesadaran merek. Itu didirikan di Kentucky, tetapi tingkat di mana ia telah menyebarkan operasinya ke berbagai kota dan kota di berbagai belahan dunia. KFC juga menginvestasikan sejumlah besar uang untuk melakukan iklannya yang sangat membantunya dalam memperoleh lokasi baru untuk unit mereka dan kemudian pelanggan baru untuk produknya. Ini adalah pesaing kuat dalam industri makanan cepat saji dan dalam banyak kesempatan sering menduduki peringkat kedua setelah McDonald's dalam beberapa aspek termasuk volume penjualan, unit, dan pendapatan.

## **SIMPULAN**

Pizza hut merupakan bisnis restoran cepat saji yang berkembang pesat secara internasional sejak tahun 1958. Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruhnya lingkungan eksternal terhadap perkembangan bisnis pizza hut. Faktor lingkungan eksternal ini meliputi faktor politik yang artinya hubungan kerja sama dan stabilitas antar negara berpengaruh pada pizza hut. Dikarenakan dengan adanya hubungan antar negara yang baik maka akan mempermudah pizza hut untuk melakukan ekspansi bisnis. Selain itu ada faktor ekonomi, masuknya rantai bisnis dan waralaba seperti pizza hut dapat membantu perkembangan ekonomi suatu negara yang ditandai dengan masuknya investor asing dan menurunnya angka pengangguran karena membuka lowongan kerja.

Selain itu terdapat faktor sosial, pizza hut menerapkan program CSR sebagai tanggung jawab sosial dengan cara memperkenalkan aspek kesehatan dan pola konsumsi pizza. Selain itu dalam menjaga kelestarian lingkungan, pizza hut ikut serta dalam program CSR ramah lingkungan. Dalam perkembangan teknologi, pizza hut menggunakan kekuatan internet dan media sosial secara efisien dalam menjangkau pelanggan. Dalam menjaga kelancaran bisnis pizza hut, pizza hut menaati semua hukum yang ada pada negara tersebut.

Perkembangan industri restoran cepat saji yang kompetitif menandakan bahwa akan ada banyaknya ancaman ataupun faktor yang dapat menghambat perkembangan bisnis. Ancaman tersebut dapat berupa ancaman pendatang baru yang dimana munculnya sejenis restoran yang sama dengan menawarkan produk yang sama. Selain itu, ketergantungan pizza hut pada pemasok bahan baku dengan harga yang bervariasi berpengaruh pada harga jual pizza. Hal ini berpengaruh pada daya beli konsumen pada pizza hut. Pendapatan konsumen yang menurun yang menyebabkan konsumen mulai mempertimbangkan harga yang ditawarkan pizza hut dan membandingkan dengan produk merek lainnya sehingga daya beli menurun. Setiap bisnis restoran cepat saji memiliki keunggulan dan strategi tersendiri dalam memenangkan pasar konsumen. Yang artinya pizza hut harus mampu menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan. Selain itu dalam menjalankan bisnis cepat saji yang kompetitif ini Pizza hut harus mampu menciptakan inovasi ataupun kreativitas pada produknya. Jika pizza hut mampu menciptakan produk yang memiliki kualitas dan cita rasa terbaik serta ciri khas tersendiri maka akan menarik perhatian konsumen. Dengan ini pizza hut mampu membangun citra perusahaan yang kuat sehingga dapat mempertahankan posisi dalam persaingan bisnis dan menghadapi berbagai ancaman.

## Referensi :

- Anggraeni Desy. (2012). Pengaruh Lingkungan Persaingan, Lingkungan Teknologi, Dan Ekonomi Internasional Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empirik Pada Perusahaan Operator Telekomunikasi Di Jakarta). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 1(2), 1-20.
- de Sousa, G. C., & Castañeda-Ayarza, J. A. (2022). PESTEL analysis and the macro-environmental factors that influence the development of the electric and hybrid vehicles industry in Brazil. *Case Studies on Transport Policy*, 10(1), 686-699. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2022.01.030>
- Irfan, M., Zhao, Z. Y., Ahmad, M., Batool, K., Jan, A., & Mukeshimana, M. C. (2019). Competitive assessment of Indian wind power industry: A five forces model. *Journal of Renewable and Sustainable Energy*, 11(6). <https://doi.org/10.1063/1.5116237>

- Marinović-Matović, I., & Arsić, L. (2020). Ecological dimension of PESTEL analysis in small enterprises in the Republic of Serbia. *Reciklaza i Odrzivi Razvoj*, 13(1), 63–71. <https://doi.org/10.5937/ror2001063m>
- Marpaung RYA. (2017). Analisis Lingkungan Persaingan Industri (Studi Pada PT. Pura Barutama Divisi Engineering Agricultural Machinery). *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 1–19.
- Yüksel, I. (2012). Developing a Multi-Criteria Decision Making Model for PESTEL Analysis. *International Journal of Business and Management*, 7(24). <https://doi.org/10.5539/ijbm.v7n24p52>