

## **Analisis lingkungan budaya bisnis domino pizza**

**Yandi Suprpto<sup>1</sup> Jovi Ong<sup>2</sup>, Edwin<sup>3</sup>, Bernard<sup>4</sup>** ✉

*<sup>1,2\*</sup> Universitas Indonesia Batam*

### **Abstrak**

Domino Pizza adalah restoran dan franchisee dengan lebih dari 18.350 toko di 93 negara. Perusahaan Domino Plaza menghasilkan pendapatan melalui penjualan pizza, sayap, salad, dan roti lapis di toko milik perusahaan, royalti dan kontribusi pemasaran dari pewaralaba, dan jaringan. 26 fasilitas produksi pulp dan rantai pasokan memusatkan pembelian. , siapkan dan kirim last mile untuk lebih dari 6.800 unit di Amerika Serikat dan Kanada. Penulisan artikel "Analisis lingkungan budaya bisnis Domino Plaza" tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami upaya perusahaan Domino Plaza dalam menyesuaikan lingkungan bisnis di berbagai negara. Metode penelitian yang digunakan dalam analisis ini adalah metode kualitatif dengan mengumpulkan data dan informasi melalui internet dan media sosial. Setelah memperoleh data atau informasi yang dibutuhkan, penulis menginterpretasikan hasil analisis secara deskriptif. Hasil akhirnya adalah bahwa analisis bisnis Domino Plaza mampu menyesuaikan budaya, yang sangat penting untuk keberhasilan bisnis di pasar internasional dan untuk mengurangi risiko bisnis akibat perbedaan lingkungan praktik bisnis.

**Kata Kunci:** *Budaya; Bisnis Internasional; Metode Kualitatif; Risiko; lingkungan*

Copyright (c) 2023 Yandi suprpto

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [bernard4@gmail.com](mailto:bernard4@gmail.com)

### **PENDAHULUAN**

Manajemen Bisnis Internasional menyiapkan kemitraan atau transaksi bisnis, perwakilan perusahaan internasional dari berbagai negara sering menganalisis tradisi, perbedaan, dan aset negara lain. Untuk memudahkan proses bisnis, para pelaku bisnis berusaha beradaptasi dengan keunikan pihak lain. Untuk tujuan ini, kita dapat menganalisis aspek budaya yang mungkin mencerminkan ketidakcocokan esensial antara pihak-pihak ini. Analisis ketidakcocokan antara budaya yang berbeda dapat digunakan dalam analisis dimensi budaya Hofstede. Ini bisa sangat membantu dalam merancang proses negosiasi perdagangan internasional karena dapat mengkomunikasikan perbedaan antara aspek budaya yang berbeda antara pihak yang bernegosiasi. Sebaliknya, tujuan dari perusahaan adalah untuk memeriksa apakah dan bagaimana karakteristik khusus negara, yaitu korupsi, budaya, dan lingkungan bisnis, memengaruhi laba perusahaan atau tidak. Dalam konteks ini, pekerjaan kami juga berfokus pada studi lintas negara untuk menguji dampak atribut negara terhadap karakteristik lainnya. Misalnya, Ayyagari et al. (2007) menyimpulkan bahwa biaya masuk yang lebih rendah dan pembagian informasi kredit yang lebih baik terkait

dengan ukuran sektor yang lebih besar. Beck dkk. (2008) melaporkan bahwa perlindungan judul meningkatkan pembiayaan eksternal perusahaan kecil secara signifikan lebih dari perusahaan besar, terutama karena pengaruhnya terhadap keuangan perbankan. Kreiser dkk. (2010) menyimpulkan bahwa aspek budaya nasional yang berbeda mempengaruhi pengambilan risiko dan ketahanan perusahaan, sedangkan El Ghoul et al. (2016) menemukan bahwa dimensi budaya terkait dengan reinvestasi keuntungan. Paunov (2016) mempelajari adopsi sertifikat kualitas dan paten untuk menyimpulkan bahwa korupsi mempengaruhi usaha kecil tetapi tidak untuk eksportir atau perusahaan asing dan milik negara. Pentingnya karakteristik spesifik negara telah ditekankan dalam penelitian lain, meskipun tidak semua memberikan bukti empiris. Misalnya, Beck dan Demirguc-Kunt (2006) meringkas berbagai studi empiris untuk menyimpulkan bahwa akses keuangan merupakan hambatan pertumbuhan yang penting bagi perusahaan namun lembaga keuangan dan hukum telah memainkan peran penting dalam melonggarkan kendala ini. Dalam konteks yang sama, Berger dan Udell (2006) berpendapat bahwa norma sosial, agama dan budaya dapat memiliki pengaruh penting pada generasi informasi informal untuk UKM dan kemampuan bank untuk menggunakan informasi ini untuk membangun hubungan. Akhirnya, Hall et al. (2004) menyimpulkan bahwa terdapat perbedaan pengaruh determinan struktur modal di berbagai negara. Namun, pekerjaan mereka terbatas pada memeriksa faktor penentu di tingkat perusahaan, dan meskipun mereka memperkirakan banyak regresi negara-demi-negara atau menggunakan variabel khusus negara, mereka tidak berusaha mengungkapkan atribut khusus negara pada asal mula variasi ini. Mereka berpendapat bahwa ini mungkin karena perbedaan sikap terhadap pinjaman, persyaratan pengungkapan, hubungan dengan bank, pajak, dan perbedaan ekonomi, sosial, dan budaya negara lainnya.

Domino's Pizza Inc. adalah rantai restoran pizza internasional Amerika yang didirikan pada tahun 1960 oleh Tom Monaghan dan James Monaghan. Perusahaan ini berkantor pusat di Domino's Farms Office Park di Ann Arbor, Michigan, Amerika Serikat Pada tahun 1960, Tom Monaghan dan saudaranya, James, membeli DomiNick's, sebuah restoran pizza kecil di 301 West Cross Street di Ypsilanti, Michigan, dekat Eastern Michigan University. Logo perusahaan asli menampilkan tiga titik atau titik, mewakili tiga toko perusahaan pada tahun 1965. Monaghan telah merencanakan untuk menambahkan tempat baru untuk setiap penambahan toko baru, tetapi rencana tersebut dengan cepat menghilang karena Domino berkembang pesat. Domino's Pizza membuka waralaba pertamanya pada tahun 1967 dan pada tahun 1978 perusahaan ini memiliki 200 toko. Pada tahun 1975, Domino menghadapi tuntutan hukum dari Amstar Corporation, pembuat Gula Domino, yang mengajukan tuduhan pelanggaran merek dagang dan persaingan tidak sehat. Pada tanggal 2 Mei 1980, Pengadilan Banding Sirkuit ke-5 New Orleans memenangkan Domino's Pizza. Pada tahun 1998 setelah 38 tahun kepemilikan, pendiri Domino Tom Monaghan mengumumkan pengunduran dirinya, menjual 93% sahamnya di perusahaan kepada Bain Capital, Inc. bernilai sekitar \$1 miliar dan menghentikan perdagangan operasi bisnis sehari-hari. Setahun kemudian, perusahaan menunjuk Dave Brandon sebagai CEO.

Tantangan Lintas Budaya dalam Manajemen Bisnis Internasional” telah menjadi topik hangat selama 20 tahun. Ada banyak contoh kegagalan bisnis, stagnasi, atau

kegagalan karena kegagalan manajemen untuk mengenali dan mengatasi tantangan lintas budaya secara memadai. Beberapa perusahaan menerima manajemen budaya wajib dan program pelatihan untuk karyawan yang ditempatkan di luar negeri atau disewa dari negara lain untuk mengelola masalah lintas fungsi secara efektif. Saat dunia menyusut, manajer bisnis internasional perlu menjadi lebih peka terhadap tantangan yang ditimbulkan oleh latar belakang budaya dan etnis negara tempat mereka bekerja. Mengabaikan tantangan budaya dalam menjalankan bisnis internal juga bisa berbahaya. Ini sebanding dengan unsur "kebersihan" dari teori "dinamika dua faktor" yang dikembangkan oleh psikolog Frederick Herzberg pada pertengahan 1960-an. Penerimaan keragaman budaya dalam bisnis internasional. Pembangunan suatu negara mungkin berhasil atau gagal, tetapi kegagalan pasti meningkatkan kemungkinan stagnasi dan kegagalan.

## TINJAUAN PUSTAKA

Budaya bersifat spiritual, material, karakteristik intelektual dan emosional masyarakat atau adalah kelompok sosial dan termasuk di samping seni Sastra, cara hidup, cara hidup berdampingan, nilai-nilai Sistem, tradisi, atau kepercayaan industri dalam masyarakat kita yang menggunakan cara produksi dan organisasi perusahaan industri yang khas untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa budaya, biasanya simbol dalam bentuk komoditas (Mary Ann Von Glinow & Paul Hirsch, 2020).

Faktor Budaya merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi internasional bisnis. budaya memiliki pengaruh besar terhadap cara orang berbisnis, mengambil keputusan, dan memahami situasi yang berbeda-beda di berbagai negara. budaya juga mempengaruhi perilaku konsumen dan preferensi bisnis ditingkat lokal maupun Global.

beberapa faktor budaya yang memengaruhi internaasional bisnis anatara lain:

1. Lokasi

Lokasi merupakan faktor lingkungan bisnis internasional yang dapat berpengaruh pada keberhasilan sebuah perusahaan. Faktor lingkungan budaya adalah salah satu aspek yang harus diperhatikan saat memilih lokasi bisnis internasional.

2. Persaingan

Selain itu, faktor lingkungan budaya seperti bahasa, agama, dan moral dapat mempengaruhi persaingan. Perbedaan bahasa dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk berkomunikasi dengan konsumen lokal dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Agama dan moral dapat mempengaruhi preferensi konsumen dan dapat mempengaruhi jenis produk atau layanan yang dapat ditawarkan oleh perusahaan.

3. Peraturan

Peraturan merupakan ketetapan yang dibuat oleh pemerintah atau lembaga terkait yang harus dipatuhi oleh perusahaan dalam menjalankan

bisnisnya. Peraturan terkait dengan bisnis internasional dapat mencakup berbagai hal seperti tata cara ekspor-impor, pajak, kelayakan produk, dan juga perlindungan hak kekayaan intelektual.

#### 4. Konsumen

Faktor budaya juga mempengaruhi cara konsumen berinteraksi dengan merek atau perusahaan asing. Sebagai contoh, konsumen di negara-negara Asia mungkin lebih mempercayai merek yang berasal dari negara mereka sendiri, sedangkan konsumen di negara-negara Barat cenderung lebih terbuka untuk merek asing.

#### 5. Teknologi

Keterbukaan terhadap inovasi dan perkembangan teknologi juga dapat mempengaruhi budaya bisnis internasional di suatu daerah. Negara atau kawasan yang telah berkembang dalam teknologi canggih dan modern akan menciptakan peluang yang lebih besar untuk bisnis baru di pasar mereka.

Berikut beberapa pengaruh budaya perusahaan terhadap kinerja perusahaan:

##### 1. Inovasi Produk

Dalam rangka mendorong inovasi produk yang berkualitas, perusahaan harus menciptakan lingkungan yang berorientasi pada solusi. Lingkungan ini harus melibatkan karyawan, berpesan kepada mereka, dan mendorong ide-ide baru serta terobosan teknologi yang akan dikembangkan. Dalam beberapa kasus, perusahaan harus bekerja sama dengan pemangku kepentingan (stakeholders), seperti pelanggan atau mitra yang terkait, mendorong adopsi produk baru dan inovatif.

##### 2. Pengembangan Merek

Budaya perusahaan memiliki peran penting dalam pengembangan merek sebuah perusahaan. Budaya perusahaan yang kuat dan positif akan memberikan pengaruh yang besar terhadap kinerja merek dan kesuksesan bisnis secara keseluruhan. Hal ini terkait dengan bagaimana karyawan yang memegang peran sentral dalam menjalankan perusahaan, akan berinteraksi dengan merek dan bagaimana mereka akan menyampaikan pesan merek tersebut pada pelanggan.

##### 3. Keunggulan Kompetitif

Budaya perusahaan yang kuat juga dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap keunggulan kompetitif. Sebuah studi oleh Kotter dan Heskett (1992) menunjukkan bahwa organisasi dengan budaya perusahaan yang kuat dan positif cenderung memiliki kinerja yang lebih baik daripada organisasi dengan budaya yang lemah. Studi ini juga menunjukkan bahwa organisasi dengan budaya perusahaan yang kuat dan positif cenderung lebih mampu

beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan memiliki tingkat inovasi yang lebih tinggi.

Berikut adalah beberapa faktor lingkungan yang mempengaruhi strategi dan taktik bisnis Internasional:

1. Perilaku Konsumen

Dalam bisnis internasional, perusahaan harus mempertimbangkan faktor lingkungan yang mempengaruhi perilaku konsumen. Perusahaan harus melakukan riset pasar yang komprehensif untuk memahami pasar dan konsumen yang mereka targetkan. Perusahaan juga harus memperhitungkan perbedaan budaya, bahasa, dan cara berbisnis di negara-negara yang berbeda. Dalam hal ini, adaptasi strategi dan taktik bisnis internasional akan membantu perusahaan mencapai tujuannya di pasar internasional.

2. Teknologi

faktor-faktor lingkungan tersebut sangat berpengaruh pada strategi dan taktik bisnis Internasional Tentang Teknologi. Perusahaan yang ingin memperluas jangkauan bisnis ke tingkat Internasional perlu mempertimbangkan dan mengadaptasi faktor-faktor lingkungan dengan baik. Perusahaan harus dapat memahami perbedaan budaya, bahasa, kepribadian, dan bisnis dunia di setiap negara tujuan mereka dalam membangun strategi dan taktik bisnis.

3. Kompetitif

Kompetitif dalam faktor lingkungan bisnis internasional adalah kemampuan suatu perusahaan untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain di pasar internasional. Faktor lingkungan bisnis internasional terdiri dari berbagai aspek seperti regulasi pemerintah, kebijakan perdagangan internasional, kondisi ekonomi dan politik global, serta budaya dan lingkungan sosial yang berbeda di negara-negara yang menjadi target pasar.

4. Regulasi

Regulasi ini akan mempengaruhi strategi dan taktik bisnis internasional karena perusahaan harus menyesuaikan diri dengan aturan yang ada di pasar tersebut. Jika perusahaan tidak dapat memenuhi persyaratan regulasi di pasar tersebut, maka bisnis internasional dapat menjadi sulit, bahkan tidak mungkin dilakukan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam Penelitian Ini, yang dapat digunakan Oleh Kelompok Penulis adalah dengan menggunakan metode Kualitatif. Penelitian Kualitatif adalah Penelitian yang digunakan untuk mempelajari keadaan objek yang alamiah, yang dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005) Sementara Itu Menurut (Moleong

2005:6), penelitian kualitatif adalah penelitian yang ditujukan untuk memahami fenomena yang akan dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. holistik dan melalui deskripsi dalam kata-kata dan bahasa, dalam konteks alam tertentu dan menggunakan metode naturalistik yang berbeda.

Objek Penelitian adalah suatu yang diteliti secara keseluruhan,Objek Penelitian yang telah kami pilih adalah Domino Pizza.Domino Pizza adalah salah satu restoran cepat saji yang berbasis di Amerika. Domino Pizza juga memiliki cabang di indonesia dan merupakan salah satu restoran cepat saji yang populer di Indonesia.

Metode pengumpulan data Merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mengumpulkan data (Sugiyono 2013).

dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data dapat dibagi menjadi 2 macam yaitu:

1. Data Primer

Menurut Hasan (2002:82) data primer adalah data yang memperoleh dan mengumpulkan secara langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian. Data primer diperoleh dari sumber informasi yaitu individu atau perorangan sebagai hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Sedangkan Menurut Sugiyono (2016:225), data primer adalah sumber data yang memberikan data secara langsung kepada pengumpul data. Sumber data primer diperoleh melalui wawancaranya dengan subjek penelitian dan observasi lapangan atau observasi secara langsung.

2. Data Sekunder

Menurut Hasan (2002) Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang-orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada.sedangkan menurut Husein Umar (2013) Data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut dan dapat disajikan dalam bentuk tabel atau grafik, baik oleh pengumpul data primer maupun oleh pihak lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Domino's Pizza adalah restoran cepat saji berbasis di Amerika yang didirikan pada tahun 1960. Restoran ini terkenal dengan pizza buatan sendiri yang hadir dengan berbagai topping unik. Domino's Pizza juga memiliki cabang di Indonesia dan merupakan salah satu restoran cepat saji terpopuler di Indonesia. Budaya perusahaan Domino's Pizza adalah "Sell More Pizza, Have More Fun" yang berarti bahwa mereka ingin menjual lebih banyak pizza dan juga ingin menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan.

Domino's Pizza memiliki hubungan yang penting dengan karyawan dan konsumennya. dikarenakan karyawan adalah aset yang penting untuk Domino's Pizza, Domino's Pizza memberikan pelatihan untuk karyawan agar bisa bekerja secara efektif dan efisien dan juga memberikan lingkungan kerja yang aman dan sehat. selain itu, Domino' Pizza juga memberikan kompensasi yang adil dan kesempatan yang bagus untuk karyawan ini dapat memperkuat hubungan karyawan dengan perusahaan. Domino's Pizza berfokus pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Restoran ini menawarkan menu yang bervariasi, pengiriman cepat dan makanan

berkualitas tinggi. Selain itu, perusahaan menawarkan layanan pelanggan yang responsif dan membantu, yang membantu membangun hubungan positif dengan konsumen. Dengan mengutamakan kepuasan pelanggan, Domino's Pizza dapat memperoleh kepercayaan dan loyalitas konsumen sehingga meningkatkan reputasi dan pendapatan perusahaan.

Faktor lingkungan juga dapat mempengaruhi domino pizza dalam beberapa hal :

- A. Lokasi: Lokasi toko Domino's Pizza sangat penting untuk kesuksesan bisnisnya. Toko yang terletak di daerah dengan lalu lintas tinggi dan padat cenderung memiliki lebih banyak pelanggan.
- B. Persaingan: Domino's Pizza bersaing dengan banyak restoran cepat saji lainnya seperti Pizza Hut, Papa John's, dan Little Caesars. Persaingan mempengaruhi harga, pelayanan dan kualitas makanan yang ditawarkan.
- C. Peraturan: Domino's Pizza harus mematuhi berbagai peraturan pemerintah yang terkait dengan bisnis makanan, seperti peraturan kesehatan, izin usaha, dan pajak. Jika mereka tidak mematuhi peraturan ini, mereka dapat dikenakan sanksi dan denda.
- D. Konsumen : Preferensi konsumen juga mempengaruhi Domino's Pizza. Misalnya, jika konsumen semakin sadar akan kesehatannya dan memilih pilihan yang sehat, Domino's Pizza harus menyesuaikan menu untuk memenuhi permintaan ini.
- E. Teknologi : kemajuan teknologi sangat mempengaruhi Domino's Pizza seperti pesanan online dan delivery food. Domino's Pizza harus terus mengikuti tren teknologi agar tidak tertinggal dengan pesaing lainnya

Budaya perusahaan dapat berdampak signifikan terhadap kinerja Domino's Pizza, termasuk inovasi produk, pengembangan merek, dan keunggulan kompetitif pasar. Berikut beberapa pengaruh budaya perusahaan terhadap kinerja Domino's Pizza:

- A. Inovasi produk: Budaya perusahaan yang mendorong inovasi dapat memotivasi karyawan Domino's Pizza untuk menciptakan produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada. Jika sebuah perusahaan mendorong kreativitas dan inovasi pada tenaga kerjanya, perusahaan tersebut lebih cenderung menciptakan produk yang unik dan berbeda dari pesaing di pasar.
- B. Pengembangan Merek: Budaya perusahaan juga dapat memengaruhi pengembangan merek. Merek Domino's Pizza dapat menjadi nama yang kuat dan terkenal di pasar jika perusahaan tersebut memiliki budaya yang kuat dan berkomitmen untuk menyediakan produk dan layanan berkualitas tinggi. Hal ini dapat membantu perusahaan membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen.
- C. Keunggulan Kompetitif: Budaya perusahaan juga dapat membantu Domino's Pizza mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar. Jika suatu perusahaan memiliki budaya yang menitikberatkan pada efisiensi dan kualitas, maka dapat menghasilkan produk dan jasa yang lebih baik dan efisien dibandingkan para pesaingnya. Ini dapat membantu perusahaan mempertahankan atau meningkatkan pangsa pasar dan keunggulan kompetitif mereka.

Oleh karena itu, budaya perusahaan yang kuat dan berkomitmen dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja Domino's Pizza, termasuk inovasi produk, pengembangan merek, dan keunggulan kompetitif pasar. Perusahaan harus berusaha untuk menciptakan budaya positif yang memotivasi karyawan untuk mencapai tujuan bisnis.

Faktor lingkungan dapat mempengaruhi strategi dan taktik bisnis Domino's Pizza. Perusahaan-perusahaan ini harus mengikuti perubahan lingkungan seperti perilaku konsumen, teknologi, persaingan dan regulasi untuk mempertahankan atau meningkatkan kinerja bisnis mereka. Berikut adalah beberapa faktor lingkungan yang mempengaruhi strategi dan taktik bisnis Domino's Pizza:

- A. Perilaku konsumen: Perilaku konsumen dapat berubah dari waktu ke waktu dan dipengaruhi oleh faktor lingkungan. Domino's Pizza perlu memahami perubahan ini dan menyesuaikan produk dan layanannya dengan konsumen dan kebutuhan. Karena konsumen lebih suka memesan makanan secara online daripada melalui telepon, bisnis perlu menyesuaikan layanan pengiriman mereka di seluruh platform online.
- B. Teknologi: Perubahan teknis dapat memengaruhi strategi dan taktik bisnis Domino's Pizza. Bisnis harus mengikuti perubahan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasi mereka dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Misalnya, Domino's Pizza telah mengadopsi teknologi seperti chatbots dan drone pengiriman untuk mempercepat dan menyederhanakan layanan pengirimannya.
- C. Kompetitif: Meningkatnya persaingan dapat mempengaruhi strategi dan taktik bisnis Domino's Pizza. Perusahaan harus menyadari perubahan dalam strategi pesaing mereka dan menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan kebutuhan pasar. Misalnya, jika pesaing menurunkan harga produknya, Domino's Pizza dapat mengubah harga atau menawarkan promosi untuk mempertahankan pangsa pasarnya.
- D. Regulasi: Perubahan peraturan dan kebijakan pemerintah juga dapat mempengaruhi strategi bisnis Domino's Pizza. Perusahaan harus menyadari perubahan ini dan menyesuaikan strategi bisnis mereka dengan peraturan saat ini. Misalnya, perusahaan harus memastikan bahwa mereka mematuhi peraturan keamanan pangan pemerintah.

Untuk meningkatkan kinerja bisnis, Domino's Pizza harus menyadari perubahan lingkungan bisnis dan menyelaraskan strategi dan taktik bisnisnya dengan kebutuhan pasar. Perusahaan harus fleksibel dan inovatif dalam lingkungan yang berubah untuk mempertahankan atau memperluas pangsa pasar mereka.

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan rekomendasi yang dapat diberikan kepada Domino's Pizza untuk meningkatkan kinerja Domino's Pizza :

- Pengembangan budaya perusahaan yang inklusif  
Budaya inklusif dapat membantu Domino's Pizza meningkatkan bisnisnya dengan menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan produktif. Rekomendasi untuk mengembangkan budaya perusahaan yang inklusif adalah:
  - A. Meningkatkan keragaman dalam tim dan kepemimpinan perusahaan



- B. Mendorong kerja sama dan kolaborasi antar karyawan
  - C. Memberikan pelatihan dan dukungan kepada pekerja yang membutuhkan
  - D. Meningkatkan transparansi dan komunikasi antara karyawan dan manajemen
- Inovasi produk yang berkelanjutan  
Inovasi produk yang berkelanjutan dapat membantu Domino's Pizza mempertahankan posisinya sebagai pemain utama dalam industri makanan cepat saji dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Rekomendasi untuk inovasi produk yang berkelanjutan adalah:
- A. Penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan dan berkualitas tinggi
  - B. Tawarkan pelanggan Anda makanan yang lebih sehat dan lebih bergizi
  - C. Kembangkan menu yang lebih beragam untuk menarik pelanggan baru
  - D. Meningkatkan efisiensi produksi untuk mengurangi limbah dan biaya produksi
- Manajemen sumber daya manusia yang efektif  
Manajemen sumber daya manusia yang efektif dapat membantu Domino's Pizza meningkatkan produktivitas dan kualitas layanannya. Rekomendasi untuk manajemen sumber daya manusia yang efektif adalah:
- A. Tawarkan pelatihan dan pengembangan karier karyawan Anda
  - B. Berikan insentif dan penghargaan yang sesuai untuk memotivasi karyawan
  - C. Memperkuat budaya kerja yang sehat dan saling menguntungkan antara karyawan dan manajemen perusahaan
  - D. meningkatkan pemantauan dan evaluasi kinerja karyawan secara berkala

Untuk meningkatkan kinerja bisnisnya, Domino's Pizza harus mengikuti strategi komprehensif yang mencakup pengembangan budaya perusahaan yang inklusif, inovasi produk yang berkelanjutan, dan manajemen sumber daya manusia yang efektif. Dengan mengikuti rekomendasi tersebut, Domino's Pizza dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya dan mempertahankan posisinya sebagai salah satu pemain terbesar di industri makanan cepat saji.

## SIMPULAN

Dari analisis lingkungan budaya perusahaan Domino's Pizza, dapat disimpulkan bahwa perusahaan ini memiliki budaya perusahaan yang kuat dan inklusif yang mendorong inovasi produk dan merek yang berkelanjutan. Perusahaan juga menjaga hubungan baik dengan karyawan dan konsumen serta berfokus pada layanan pelanggan yang berkualitas dan manajemen sumber daya manusia yang efektif.

Namun, Domino's Pizza juga menghadapi tantangan lingkungan yang signifikan, seperti persaingan ketat di industri makanan cepat saji B. dan tekanan untuk memperbaiki makanan dan lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan harus senantiasa beradaptasi dengan lingkungan dan mengevaluasi strategi bisnisnya untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Rekomendasi untuk meningkatkan kinerja bisnis Domino's Pizza meliputi pengembangan budaya perusahaan yang inklusif dan berkelanjutan, inovasi produk yang berkelanjutan, dan manajemen sumber daya manusia yang efektif. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan reputasinya sebagai pemimpin dalam industri makanan cepat saji dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

## Referensi :

- Arifa. (2022). *Pengertian Data Sekunder, Kelebihan, Kekurangan, dan 3 Contohnya*. Penelitianilmiah.Com. <https://penelitianilmiah.com/metode-pengumpulan-data/>
- Aws. (2020). *Domino's Pizza Enterprises Mencatat Waktu Penyajian Tercepat Menggunakan AWS untuk Pemesanan Prediktif*. Domino's. <https://aws.amazon.com/id/solutions/case-studies/dominos-case-study/>
- Brenkert, G. G. (2016). The Environment , the Moralist , the Corporation and Its Culture. *Business Ethics Quarterly*, 5(4), 675–697.
- Djamalullail, F. M. (2021). Pengaruh Brand image, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Domino's Pizza Cabang Ciputat). In *Repository.Uinjkt.Ac.Id*. [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57098%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57098/1/FARIDA MAULIDIYA-FEB.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/57098%0Ahttps://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/57098/1/FARIDA%20MAULIDIYA-FEB.pdf)
- Domino. (2023). 3 MED HT SUPER VALUE PIZZA CUMA 35RB/PIZZA. Domino Pizza. [https://www.dominos.co.id/papi-value-max?%243p=a\\_google\\_adwords&%24always\\_deeplink=false&%24fallback\\_url=%7Blpu rl%7D&~ad\\_set\\_id=%7Badgroupid%7D&~campaign\\_id=%7Bcampaignid%7D&~channel=%7Bnetwork%7D&~keyword=%7Bkeyword%7D&~placement=%7Bplacement%7D &~branch\\_match\\_id=1019823552802000333&~branch\\_referrer=H4sIAAAAAAAAAA0XO wQqDMAwG4KeptylsA8dAhmMedhCEXXYr0Wa1WGuwFfHt145uu%2F1%2FPhLSO0 f2nGVKtacUiFKtzJA9qnrXIM29Lp8Xtj8eqAAup0lq5CDWaRY28WPQK2yWC0QKW8U LtMUAPugWuoEvsy5YftXkA8tvCcsrENyi40oEACHnaSElInYwEihpIn%2Ffr33swBj83D Tr%2FyBBhwC28FSDGCKShwxGNC%2FQrHt8rcOuv%2BQAAAA%3D%3D&gclid=Cj wKCAjw\\_YShBhAiEiwAMomsEKkdSj4D0BzmolatR5st6-6kqVHwZZFkfujbO76Dq3yZe1TyH5Nw5RoC6hsQAvD\\_BwE](https://www.dominos.co.id/papi-value-max?%243p=a_google_adwords&%24always_deeplink=false&%24fallback_url=%7Blpu rl%7D&~ad_set_id=%7Badgroupid%7D&~campaign_id=%7Bcampaignid%7D&~channel=%7Bnetwork%7D&~keyword=%7Bkeyword%7D&~placement=%7Bplacement%7D &~branch_match_id=1019823552802000333&~branch_referrer=H4sIAAAAAAAAAA0XO wQqDMAwG4KeptylsA8dAhmMedhCEXXYr0Wa1WGuwFfHt145uu%2F1%2FPhLSO0 f2nGVKtacUiFKtzJA9qnrXIM29Lp8Xtj8eqAAup0lq5CDWaRY28WPQK2yWC0QKW8U LtMUAPugWuoEvsy5YftXkA8tvCcsrENyi40oEACHnaSElInYwEihpIn%2Ffr33swBj83D Tr%2FyBBhwC28FSDGCKShwxGNC%2FQrHt8rcOuv%2BQAAAA%3D%3D&gclid=Cj wKCAjw_YShBhAiEiwAMomsEKkdSj4D0BzmolatR5st6-6kqVHwZZFkfujbO76Dq3yZe1TyH5Nw5RoC6hsQAvD_BwE)
- Dqlab. (2022). *Pengertian Data Sekunder Menurut Beberapa Ahli*. Dqlab.Id. <https://dqlab.id/pengertian-data-sekunder-menurut-beberapa-ahli>
- Gaganis, C., Pasiouras, F., & Voulgari, F. (2019). Culture, business environment and SMEs' profitability: Evidence from European Countries. *Economic Modelling*, 78, 275–292. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2018.09.023>
- Hanny, R., & Jayadiah, T. (2020). The Effect of Service Quality to the Customer Satisfaction on Domino's Pizza Branch Grand Centro Bintaro, South Jakarta. *Sosio E-Kons*, 12(02), 97. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v12i02.6221>
- Raimanu, G. (2021). *Analisis bisnis global pizza hut di India*.
- Sugianto, O. (2020). *Penelitian Kualitatif, Manfaat, dan Alasan Penggunaan*. Binus. <https://binus.ac.id/bandung/2020/04/penelitian-kualitatif-manfaat-dan-alasan-penggunaan/>
- Syafnidawaty. (2020). *Data Primer*. Raharja. <https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-primer/>