

Analisis Perkembangan Bisnis Taco Bell di Indonesia

Yandi Suprpto¹, Jerry², Osgood Feriady Darma Saputra³, William Vanders⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Internasional Batam

Abstrak

Pada penelitian ini, penulis akan menganalisis tentang perkembangan bisnis *Taco Bell* di Indonesia. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui strategi yang dilakukan oleh *Taco Bell* di Indonesia. Metodologi yang digunakan pada penelitian ini berupa pengumpulan data. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi pemasaran *Taco Bell* di Indonesia adalah persaingan yang ketat di pasar restoran cepat saji. Dalam penelitian ini penulis mendapat kesimpulan bahwa *Taco Bell* masih bisa bersaing di Indonesia dengan berbagai strategi yang diterapkan.

kata Kunci : Bisnis, Taco Bell, Persaingan, Strategi

Copyright (c) 2023 Jerry

✉ Corresponding author :

Email Address : 2141223.jerry@uib.edu

PENDAHULUAN

Bisnis internasional merujuk pada kegiatan perdagangan antara dua atau lebih negara yang melibatkan transaksi barang, jasa, dan investasi di pasar global. Dalam era globalisasi dan kemajuan teknologi, bisnis internasional menjadi semakin penting dan kompleks. Bisnis internasional membuka peluang bagi perusahaan untuk memperluas pangsa pasar, meningkatkan pendapatan, dan mengurangi risiko dengan mendiversifikasi operasi mereka di berbagai negara.

Namun, bisnis internasional juga menghadirkan sejumlah tantangan bagi perusahaan, termasuk perbedaan budaya, hukum dan regulasi yang berbeda, perubahan kurs mata uang, dan ketidakpastian politik. Oleh karena itu, perusahaan yang ingin terlibat dalam bisnis internasional harus memahami lingkungan bisnis global dan mengembangkan strategi yang tepat untuk mengelola risiko dan memanfaatkan peluang.

Sebagai contoh, dalam bisnis internasional, perusahaan harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti permintaan pasar, persaingan, biaya produksi, pengiriman, serta regulasi yang berlaku di negara tujuan. Selain itu, perusahaan juga harus memperhatikan isu-isu sosial dan lingkungan yang berkaitan dengan operasi bisnis mereka di negara asing.

Dalam mengelola bisnis internasional, perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi seperti joint venture, lisensi, akuisisi, atau investasi langsung. Selain itu, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam bisnis internasional mereka.

Taco Bell adalah merek waralaba makanan cepat saji asal Amerika Serikat yang terkenal dengan menu masakan Meksiko seperti burrito, taco, nachos, dan quesadilla. Merek ini didirikan pada tahun 1962 dan telah menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia.

Taco Bell Indonesia pertama kali dibuka pada tahun 2019 di pusat perbelanjaan Lippo Mall Puri, Jakarta Barat. Kehadiran Taco Bell di Indonesia didukung oleh Sari Pacific Indonesia Group yang telah berpengalaman dalam mengoperasikan merek-merek restoran internasional di Indonesia.

Dalam memasarkan merek Taco Bell di Indonesia, perusahaan melakukan beberapa penyesuaian pada menu dan konsep restoran untuk memenuhi selera lokal. Misalnya, menu Taco Bell Indonesia menawarkan variasi menu vegetarian dan menggunakan bahan-bahan lokal untuk memberikan pengalaman makan yang autentik.

TINJAUAN PUSTAKA

Bisnis Internasional

Bisnis Internasional merupakan segala aktivitas bisnis yang melibatkan transaksi lintas negara atau melintasi batas-batas negara, termasuk ekspor, impor, investasi asing, dan berbagai kegiatan komersial lainnya yang terjadi di luar negeri. Menurut Richard M. Hodgetts bisnis internasional merupakan aktivitas bisnis yang terjadi di luar negeri, termasuk ekspor, impor, dan investasi asing, serta semua bentuk perdagangan internasional.

Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba atau keuntungan dari operasinya. Menurut Siamat dan Sutrisno profitabilitas merupakan suatu kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang memadai dari operasinya, yang dapat diukur dengan rasio laba bersih terhadap total penjualan atau rasio laba bersih terhadap total modal.

Strategi Pemasaran

Strategi Pemasaran adalah suatu rencana atau langkah-langkah yang dirancang untuk mencapai tujuan bisnis melalui kegiatan pemasaran. Menurut Kotler dan Armstrong strategi pemasaran merupakan suatu proses perencanaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran melalui penetapan harga yang tepat, promosi yang efektif, dan distribusi yang baik.

SWOT

SWOT merupakan suatu teknik perencanaan strategis yang membantu perusahaan untuk mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilannya, dengan tujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal perusahaan serta peluang dan ancaman yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Grant *SWOT* adalah suatu teknik analisis strategis yang membantu perusahaan untuk mengevaluasi sumber daya internalnya dan kemampuannya untuk bersaing di lingkungan eksternalnya.

Financial

Financial merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan keuangan, termasuk pengelolaan keuangan, investasi, dan bisnis. Menurut Gitman dan Zutter financial adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan keuangan.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia merupakan suatu aset penting dalam setiap organisasi, karena mereka berperan dalam menggerakkan bisnis dan memastikan keberhasilannya. Menurut Gary Dessler sumber daya manusia adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan tenaga kerja

dalam sebuah organisasi termasuk rekrutmen, seleksi, pelatihan, pengembangan, evaluasi, dan kompensasi.

METODOLOGI PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian merupakan rencana atau strategi yang digunakan untuk mengumpulkan suatu data dan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian. Rancangan penelitian juga mencakup pemilihan sampel, pengumpulan data, analisis data dan interpretasi hasil penelitian. Dalam penelitian ini, kami akan menggunakan metode penelitian kualitatif yang dimana metode ini dapat membantu kami untuk membahas tentang suatu analisis perkembangan perusahaan Taco Bell di Indonesia.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data dapat berupa observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi, dan sebagainya (Sugiyono, 2016). Pada penelitian ini, metode pengumpulan data yang kami gunakan adalah metode deskriptif, dimana metode ini dapat membantu kami untuk mengumpulkan data-data dari berbagai referensi yang membahas tentang perkembangan Taco Bell di Indonesia.

Metode Analisis Data

Metode analisis data adalah teknik atau cara yang digunakan untuk menganalisis suatu data yang telah dikumpulkan dalam suatu penelitian. Metode analisis data meliputi berbagai teknik seperti analisis statistik, analisis kualitatif, dan sebagainya (Sugiyono, 2016). Metode analisa yang kami gunakan adalah metode kualitatif, dimana dengan kami menggunakan metode kualitatif ini dapat membantu kami dalam proses mengumpulkan data yang akan digunakan dan dikembangkan menjadi sebuah fakta yang dapat diteliti dan dijadikan sebuah referensi sebagai objek penelitian perusahaan Taco Bell.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pemasaran

Taco Bell merupakan merek waralaba yang dimiliki oleh Yum! Brands, Inc., sebuah perusahaan Amerika Serikat yang juga memiliki merek waralaba restoran terkenal lainnya seperti KFC dan Pizza Hut. Brands telah beroperasi di Indonesia selama beberapa dekade dan telah membangun jaringan restoran KFC dan *Pizza Hut* yang luas di seluruh negeri.

Taco Bell memasuki pasar Indonesia pada tahun 2019 dengan membuka gerai pertamanya di Jakarta. Sejak saat itu, mereka telah membuka beberapa gerai tambahan di Jakarta dan kota-kota lainnya seperti Tangerang dan Bekasi. Seperti halnya di negara lain, menu Taco Bell di Indonesia menawarkan berbagai macam hidangan Meksiko seperti *taco*, *burrito*, *quesadilla*, dan *nachos*.

Salah satu faktor yang mungkin mempengaruhi pemasaran Taco Bell di Indonesia adalah persaingan yang ketat di pasar restoran cepat saji. Di Indonesia, terdapat banyak merek lokal dan internasional yang sudah dikenal oleh konsumen, termasuk merek-merek waralaba seperti *McDonald's*, *Burger King*, dan *Wendy's*. Oleh karena itu, Taco Bell mungkin perlu mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan dirinya dari pesaingnya.

Selain itu, faktor-faktor budaya dan lokal juga dapat mempengaruhi pemasaran Taco Bell di Indonesia. Misalnya, konsumen Indonesia cenderung memiliki selera makanan yang lebih pedas dan bumbu yang lebih kaya daripada konsumen di negara-negara lain. Oleh

karena itu, Taco Bell mungkin perlu menyesuaikan menu dan resepnya untuk mencerminkan preferensi lokal.

Kesimpulannya, faktor-faktor seperti persaingan dan preferensi lokal mungkin mempengaruhi strategi pemasaran Taco Bell di Indonesia. Bisnis Taco Bell mungkin perlu mengembangkan strategi pemasaran yang cerdas dan berfokus pada kebutuhan dan preferensi konsumen untuk memenangkan persaingan dan memperluas pangsa pasarnya di Indonesia

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis yang membantu bisnis mengidentifikasi dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman mereka. Berikut adalah analisis bisnis Taco Bell di Indonesia menggunakan SWOT:

Strengths /Kekuatan:

- **Brand Recognition/Pengenalan Merek:** Taco Bell adalah rantai makanan cepat saji terkenal secara global dan memiliki pengenalan merek yang kuat di Indonesia.
- **Menu Variety/ Variasi Menu:** Taco Bell menawarkan berbagai macam menu, yang dapat menarik pelanggan yang berbeda dengan selera yang berbeda.
- **Efficient Operations/ Operasi yang Efisien:** Taco Bell memiliki sistem operasional yang mapan dan efisien, yang memungkinkan mereka melayani pelanggan dengan cepat dan efisien.
- **Strong Parent Company/ Perusahaan Induk yang Kuat:** Taco Bell dimiliki oleh Yum! Brands, yang merupakan perusahaan induk yang kuat dengan pengalaman di pasar Indonesia.

Weaknesses / Kelemahan:

- **Limited Market Presence/Kehadiran Pasar Terbatas:** Taco Bell saat ini hanya memiliki jumlah toko yang terbatas di Indonesia, yang dapat membatasi basis pelanggan dan potensi pendapatannya.
- **Limited Appeal / Daya Tarik Terbatas:** Menu Taco Bell mungkin tidak menarik bagi semua orang Indonesia karena perbedaan budaya dalam preferensi rasa.
- **High Competition / Persaingan Tinggi:** Indonesia memiliki pasar makanan cepat saji yang sangat kompetitif, dan Taco Bell akan menghadapi persaingan ketat dari merek-merek mapan.

Opportunities /Peluang:

- **Growing Fast-Food Market/Menumbuhkan Pasar Makanan Cepat Saji:** Pasar makanan cepat saji di Indonesia sedang berkembang, menghadirkan peluang bagi Taco Bell untuk memperluas operasinya.
- **Expanding Middle Class/Memperluas Kelas Menengah:** Kelas menengah Indonesia sedang berkembang, yang dapat meningkatkan permintaan rantai makanan cepat saji seperti Taco Bell.
- **Delivery Services /Layanan Pengiriman:** Pertumbuhan layanan pengiriman makanan di Indonesia dapat membantu Taco Bell memperluas basis pelanggannya dan meningkatkan pendapatan.

Threats/Ancaman:

- **Economic Uncertainty/Ketidakpastian Ekonomi:** Ketidakpastian ekonomi seperti inflasi dan fluktuasi mata uang dapat mempengaruhi daya beli konsumen Indonesia.
- **Government Regulations/Peraturan Pemerintah:** Pemerintah Indonesia dapat memberlakukan peraturan yang dapat berdampak pada industri makanan cepat saji, seperti pajak dan peraturan impor.
- **Health Consciousness/Kesadaran Kesehatan:** Konsumen menjadi lebih sadar kesehatan, yang dapat mempengaruhi permintaan makanan cepat saji, termasuk Taco Bell.

Secara keseluruhan, meskipun Taco Bell memiliki pengenalan merek dan variasi menu yang kuat, Taco Bell menghadapi tantangan di pasar Indonesia yang kompetitif. Namun, peluang pertumbuhan, seperti perluasan kelas menengah dan layanan pengiriman, dapat membantu Taco Bell mengatasi tantangan tersebut dan memperluas operasinya di Indonesia.

Analisis Financial

Analisis finansial bisnis Taco Bell di Indonesia:

- **Pendapatan:** Pendapatan bisnis Taco Bell di Indonesia tergantung pada seberapa baik restoran-restoran mereka menjual produk dan mampu mempertahankan basis pelanggan mereka. Hal ini dipengaruhi oleh lokasi, harga menu, dan kualitas produk yang ditawarkan.
- **Biaya Operasional:** Biaya operasional merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis Taco Bell di Indonesia. Biaya operasional dapat mencakup sewa tempat usaha, gaji karyawan, bahan baku, dan biaya marketing. Semakin efisien biaya operasional, semakin tinggi keuntungan yang dapat diperoleh perusahaan.
- **Persaingan:** Persaingan dari merek-merek lain di pasar makanan cepat saji di Indonesia dapat mempengaruhi performa bisnis Taco Bell di Indonesia. Perusahaan harus mampu bersaing dengan harga yang kompetitif dan mengembangkan strategi marketing yang efektif untuk memenangkan pasar.
- **Peraturan pemerintah:** Peraturan pemerintah yang ketat dalam hal kesehatan dan keamanan pangan dapat mempengaruhi biaya operasional dan kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus memastikan kepatuhan terhadap peraturan tersebut untuk menjaga reputasi dan kredibilitas mereka di pasar.

Dalam analisis finansial, perusahaan perlu menghitung berbagai metrik seperti laba kotor, laba bersih, rasio profitabilitas, rasio likuiditas, dan rasio solvabilitas untuk mengevaluasi keberhasilan dan stabilitas bisnis mereka.

Analisis Sumber Daya Manusia

Analisis sumber daya manusia bisnis Taco Bell di Indonesia adalah sebagai berikut:

- **Perekrutan Karyawan:** Taco Bell perlu memiliki proses perekrutan karyawan yang efektif untuk menarik bakat-bakat terbaik di industri makanan cepat saji. Hal ini

mencakup pencarian karyawan yang memiliki keterampilan khusus, seperti memasak atau melayani pelanggan, dan juga yang memiliki sikap positif serta kemampuan bekerja dalam tim.

- **Pelatihan:** Pelatihan yang terus-menerus dibutuhkan untuk meningkatkan keterampilan dan kinerja karyawan. Pelatihan dapat berupa pelatihan teknis seperti mengenai proses memasak, sistem pengiriman makanan, atau pelatihan non-teknis seperti pelatihan keterampilan interpersonal dan komunikasi yang baik dengan pelanggan.
- **Komunikasi:** Komunikasi yang baik antara karyawan dan manajemen penting untuk menjaga keterlibatan karyawan dan memastikan bahwa semua anggota tim bekerja sama dengan baik. Hal ini dapat dilakukan melalui pertemuan tim, diskusi kelompok, dan umpan balik secara rutin dari manajemen.
- **Penghargaan:** Program penghargaan dan insentif dapat membantu meningkatkan kinerja karyawan dan memotivasi mereka untuk bekerja lebih baik. Ini dapat berupa penghargaan berbasis kinerja seperti bonus atau promosi, atau penghargaan non-moneter seperti pengakuan yang lebih sering dari manajemen.
- **Kesejahteraan Karyawan:** Menjaga kesejahteraan karyawan adalah hal yang penting dalam menjaga keseimbangan kerja dan kehidupan pribadi karyawan. Ini mencakup kebijakan yang fleksibel dalam jadwal kerja, fasilitas kesehatan dan kesejahteraan seperti asuransi kesehatan, dan cuti yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pribadi karyawan.
- **Analisis sumber daya manusia yang baik** dapat membantu bisnis Taco Bell di Indonesia mempertahankan karyawan yang kompeten, meningkatkan kinerja, dan menjaga kualitas layanan yang disediakan bagi konsumen.

SIMPULAN

Taco Bell belum membuka gerai resmi di Indonesia. Namun, sebagai informasi tambahan, Taco Bell merupakan merek dagang restoran cepat saji asal Amerika Serikat yang memiliki ribuan gerai di seluruh dunia, dengan menu yang terkenal dengan hidangan taco, burrito, dan nachos. Jadi, jika Taco Bell membuka gerai di Indonesia di masa depan, perkembangan bisnis mereka di Indonesia dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti popularitas merek, persaingan di pasar makanan cepat saji, dan faktor-faktor ekonomi dan budaya yang spesifik untuk Indonesia.

Rekomendasi yang dapat saya berikan terkait analisis bisnis di Indonesia adalah:

- Lakukan analisis pasar yang cermat sebelum memulai bisnis di Indonesia. Pelajari tentang preferensi dan perilaku konsumen Indonesia, serta lingkungan bisnis dan persaingan di sini.
- Jangan mengabaikan peraturan dan hukum yang berlaku di Indonesia. Pastikan bahwa bisnis Anda mematuhi semua persyaratan dan lisensi yang dibutuhkan oleh pemerintah dan badan regulasi yang terkait.
- Berikan pengalaman konsumen yang baik. Indonesia adalah negara dengan masyarakat yang ramah dan menyukai pelayanan yang baik. Pastikan bahwa bisnis

Anda menyediakan makanan berkualitas, pelayanan yang ramah, dan suasana yang nyaman untuk dinikmati.

- Pertimbangkan faktor budaya. Indonesia memiliki keragaman budaya yang besar, jadi pastikan bahwa bisnis Anda mempertimbangkan perbedaan budaya dalam strategi pemasaran dan branding.
- Beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar dan persaingan. Indonesia adalah negara yang berkembang dengan cepat, jadi pastikan bahwa bisnis Anda tetap terdepan dalam hal inovasi dan strategi pemasaran.

Semua faktor ini dapat membantu bisnis Anda untuk sukses dan berkembang di Indonesia.

Referensi :

- 5 Aksi Pemasaran Paling Liar dan Gila dari Taco Bell. (n.d.). Retrieved March 30, 2023, from <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20210215/88/1356588/5-aksi-pemasaran-paling-liar-dan-gila-dari-taco-bell>
- Fast Food Indonesia (FAST) hadirkan gerai Taco Bell pada Oktober 2020. (n.d.). Retrieved March 30, 2023, from <https://investasi.kontan.co.id/news/fast-food-indonesia-fast-hadirkan-gerai-taco-bell-pada-oktober-2020>
- Konsep, A., & Pemasaran, S. (n.d.). *BAB III TINJAUAN TEORI*.
- Pengertian Profitabilitas: Tujuan, Manfaat, Fungsi, dan Jenis-jenisnya - Gramedia Literasi. (n.d.). Retrieved March 30, 2023, from <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-profitabilitas/>
- TEORETIS Sumber Daya Manusia, L. A. (n.d.). *BAB II*.