

BAB III

GAMBARAN UMUM

A. Sejarah *Dunkin*

Dunkin Donut's pertama kali didirikan oleh William Rosenberg tahun 1940. Dia membuka sebuah gerai *donuts* dengan nama Open Kettle di kota *Boston, Quincy-Massachusetts*, Amerika Serikat. Tak disangka gerai donut miliknya itu tumbuh dengan pesat. Hal ini terbukti dari makin bertambah banyaknya pelanggan yang berkunjung ke gerai tersebut. Melihat perkembangan usahanya yang terus berkembang positif, tahun 1950 Rosenberg pun memutuskan mengubah nama Open Kettle menjadi nama lain. Setelah memulai proses yang panjang, terpililah nama baru yaitu *Dunkin Donut's* bersama dengan perubahan nama tersebut, dirintislah sistem *franchise* (waralaba) untuk perusahaan ini.¹Dapat penulis simpulkan William Rosenberg membuka gerai donut pertama kali tahun 1940 dengan nama Open Kettle setelah melihat perkembangan usahanya pada tahun 1950 Rosenberg memutuskan mengubah nama gerai miliknya menjadi Dunkin Donuts.

Tahun demi tahun berlalu dengan kemajuan dan ketenaran nama Dunkin Donuts tak terbendung. Bahkan pada tahun 1970 *dunkin donuts* telah menjadi merek internasional dengan reputasi yang luar biasa dalam hal kualitas produk dan pelayanan. Reputasi dan ketenaran itulah yang kemudian menarik, Allied Domecq, sebuah perusahaan internasional yang membawahi *togo's* dan Baskin Robins membeli *Dunkin*

¹ www.dunkindonuts.co.id. Dakses Tanggal 07 Mei 2019

Donuts dari keluarga Rosenberg. Pembelian dan pengambilan perusahaan dari keluarga Rosenberg akhirnya disepakati dan dilakukan dengan penuh persahabatan pada tahun 1983.² Dapat peneliti simpulkan usaha milik Rosenberg menjadi merek internasional pada tahun 1970 yang kemudian menarik minat Allied Domecq untuk membeli gerai dunkin donut milik Rosenberg.

Meski berganti kepemilikan, Allied Domecq tetap berusaha mempertahankan sistem manajemen yang sudah berjalan di *Dunkin Donuts*. Kalaupun ada yang harus di rubah, perubahan dilakukan dalam skala kecil. Hanya satu yang menjadi ambisi seluruh manajemen Allied Domecq yaitu membantu *Dunkin Donuts* memperluas pasar secara internasional. Untuk mewujudkan ambisinya tersebut diberlakukanlah standarisasi di seluruh *counter Dunkin Donuts*. Di samping itu, berbagai strategi marketing yang jitu juga mulai dilancarkan, seperti selalu berusaha memperbarui perubahan sesuai dengan *trend*, fokus terhadap kualitas produk serta berusaha memaksimalkan kepuasan pelanggan. Dengan didukung sumber daya manusia yang *handal*, dalam waktu singkat ambisi Allied Domecq tercapai. *Dunkin Donuts* berhasil memperluas pasar secara menakjubkan sehingga gerainya tidak hanya tersebar di dunia Amerika, tetapi juga di benua Eropa dan Asia termasuk ke Indonesia.³ Dapat penulis simpulkan walaupun sudah berganti kepemilikan menjadi Allied Domecq sistem manajemen yang sudah dibangun oleh Rosenberg akan tetap berjalan, disamping itu Allied Domecq akan memperluas marketing penjualan pasar

² *Ibid*

³ Dokumen Arsip, Sejarah perusahaan Dunkin Donuts Palembang, pada tanggal 29 April 2019

memperbarui desing sehingga kualitas pruduknya menjadi handel dan di kenal *consume*, dengan memperluas pasar garai miliknya menjadi terbesar di mana-mana.

Dunkin Donuts pertama kali berdiri di Indonesia pada tahun 1985. Hanyan Wuruk Jakarta menjadi *Counter* pertama. Pendirinya adalah Bapak Tan Po Lian dan Ibu Tan Po Sian. Dalam pengembangan usahanya dipimpin oleh Bapak YL Tamuwijaya (Alm) dan dilanjutkan oleh Bapak Julius Lopatti. Untuk saat ini dan yang akan datang, *dunkin donuts* telah membuka lebih dari 16000 *counter* di 37 negara di seluruh dunia. Sedangkan perkembangan di Indonesia *dunkin donuts* telah membuka sebanyak 350 *counter* dengan 15 cabang diseluruh Indonesia. Pada tahun 1995 PT Dunkindo Lestari telah berhasil mendapatkan sertifikat halal dari MUI sebagai perusahaan yang memproduksi dan menjual produk halal seiring dengan tuntutan jaman dan berdasarkan kebutuhan dari *Customer* maka pada awal tahun 2002 PT Dunkin Lestari meluncurkan citra baru atau yang lebih dikenal dengan *Dunkin Donuts New Image*. Pada tahun 2007 saat itu Dunkindo Lestari meluncurkan konsep baru yang dikenal dengan *Self Service*.⁴ Dari materi diatas dapat saya uraikan berdirinya perusahaan *dunkin donuts* di Indonesia ini pada tahun 1985, dan pada tahun 1995 perusahaan dunkindo lestari berhasil mendapatkan sertifikat halal dari MUI.

Menurut Ibu Rani Oktaria selaku Staf Manager, beliau menceritakan bahwa berdirinya dunkin donuts di Indonesia pertama di counter Jakarta pusat, kalo berdirinya dunkin donuts pertama conter di palembang pada tahun 2012, yang pertama kali terletak di demang lebar daun sedangkan cabang yang didirikan di

⁴ *Ibid*

Palembang terletak di Opi Mall dan disimpang tajung siapi-api di Bandara Mas.⁵

B. Visi Misi Perusahaan *Dunkin*

Pada sebuah perusahaan atau organisasi yang bergerak di bidang industri tentunya memiliki pandangan untuk menentukan tujuan dan arah gerak dalam melaksanakan tugasnya dan kewajiban dibidang perusahaan semuanya terangkum dalam visi dan misi *Dunkin* berikut:

1. Misi, *Dunkin*

Maintaning our branch endurance, and costumer satisfaction, by experience, through good people, with heart and soul. Memelihara dan menjaga daya tahan ketahanan merk kita, dan kepuasan pelanggan, dengan pengalaman kita, melalui orang-orang terbaik kita, dengan segenap hati dan jiwa.

2. Visi, *Dunkin*

We are proud to serve better, dengan bangga kami senantiasa memberikan pelayanan lebih baik dan lebih baik lagi yang tercermin dalam citra *brand* dan pengalaman keceriaan anda adalah tujuan utama kami.⁶

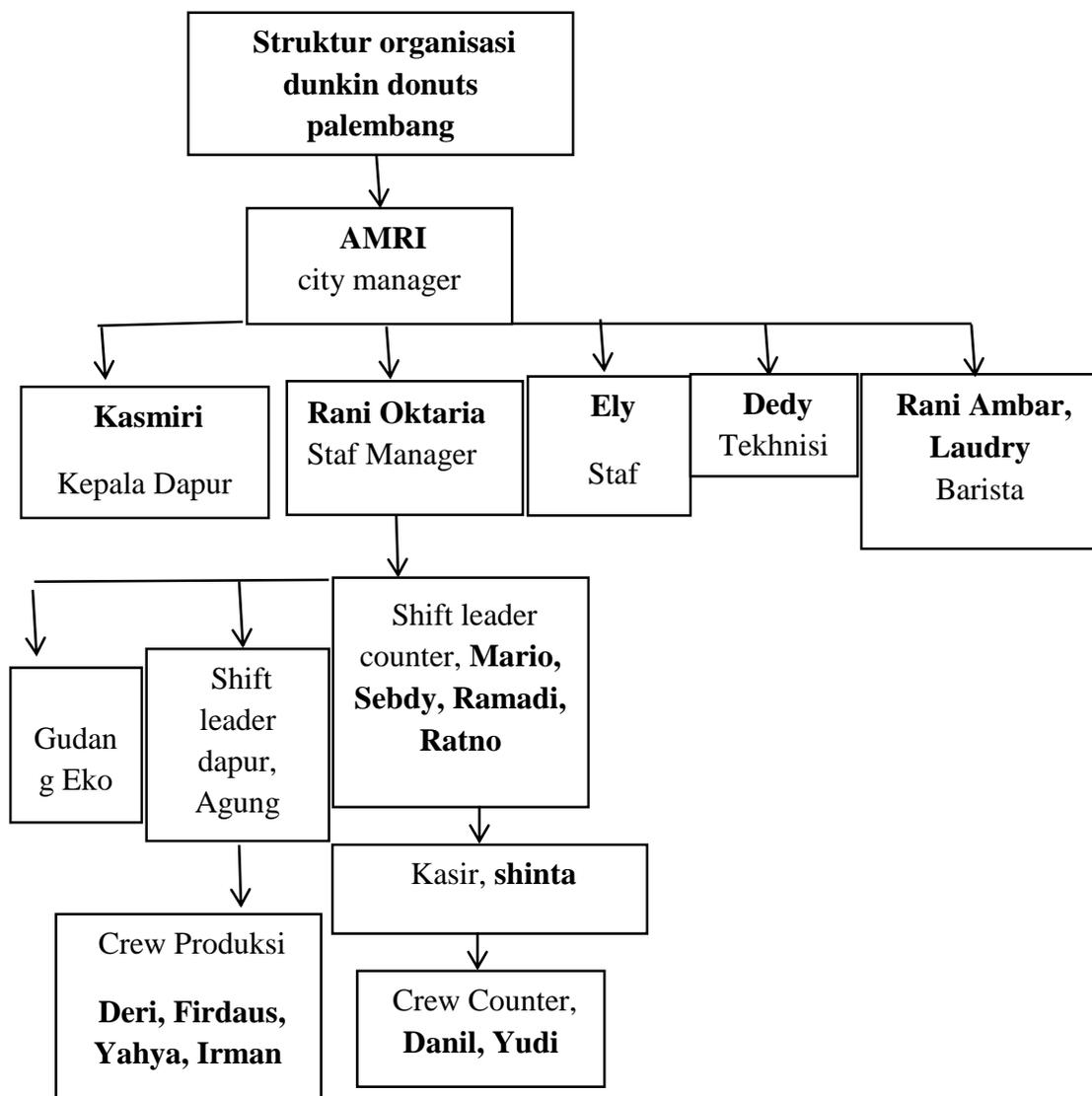
Dari visi dan misi di atas bisa di perjelas bahwa, *Dunkin* bertujuan untuk menjadikan konsumen itu tetap nomor satu, menjaga kepuasan konsumen itu sangat penting bagi perusahaan *Dunkin* bagi mereka menjaga citra *brand* itu sangat di utamakan perusahaan *dunkin*, oleh karena itu mereka tidak mau terlihat jelek di konsumen atau pembeli.

⁵ Hasil Wawancara Ibu, Rani Oktaria Selaku Staf Manager, pada tanggal 29 April 2019

⁶ *Op. Cit*

C. Struktur Organisasi *Dunkin*

struktur organisasi merupakan hal yang penting dalam suatu lembaga atau industri sebab dengan adanya struktur organisasi, pembagian tugas dan tanggung jawab setiap bagian (unit kerja) menjadi jelas, berikut struktur organisasi dunkin donut Palembang.⁷



⁷ *Ibid*

Sumber: *Dokumen Arsip, Sejarah perusahaan Dunkin, pada tanggal 29 April 2019*

D. Peluang dan Ancaman Dunkin Donuts

1. Peluang (*Opportunities*)

- a. *Dunkin donuts* memiliki pasar potensial yang besar untuk usaha waralaba khususnya usaha makanan cepat saji atau *fast food* jenis donat dan *sandwich*.
- b. *Dunkin donuts* terus melakukan suatu terobosan baru agar peluang yang ada di gunakan sebaik mungkin, khususnya untuk melakukan pembukaan. Gerai-gerai yang baru dibeberapa titik lokasi yang strategis.

2. Ancaman (*Threats*)

- a. Ancaman kebanyakan dari usaha sejenis yang telah berada di mana-mana, bahkan banyak tenaga ahli *dunkin* yang dibajak oleh pesaing-pesaing.
- b. Banyaknya produk yang sama tapi lebih murah dan kualitas sama.⁸

Dari peluang dan ancaman *Dunkin* yaitu bahwa *Dunkin* memiliki pasaran potensial yang sangat besar di masyarakat karena usaha mereka ini sudah berbentuk waralaba makanan yang siap saji, perusahaan ini sangat bagus sekali untuk melakukan peluang yang sangat besar untuk membuka cabang gerai dimana sedangkan ancaman yang terjadi tidak menjadi masalah bagi perusahaan memang banyak usaha yang mirip sama *Dunkin* banyak juga kualitas yang sama bahkan rasanya juga sama, akan tetapi jika konsumen sudah merasakan nyaman dengan cara

⁸ *Ibid*

pelayana yang ada di *dunkin* sulit bagi konsumen untuk beralih *brand* yang harus mereka beli karena mereka sudah nyaman.

E. Teknik *Finising* dan Produk Makanan di *Dunkin Donuts*

1. *Finishing* dan Teknik *Finishing*

a. *Finishing*

adalah proses menghias *donuts* atau produk sebelum di jual di *custemar* sehingga memiliki daya tarik dan nilai jual tersendiri.

b. Teknik *Finising*

1. *Sugaring*, ditabur dengan menggunakan bahan *donuts* dan dari *cinamon sugar*.
2. *Filling* , diisi dengan menggunakan bahan selai dan cream
3. *Dipping*, disiram dengan memakai gula cair
4. *Frosting*, diberi bahan *choe dipping* dan icing
5. *Topping*, ditabur dengan memakai bahan tabur meses, peanut, *coconut*, *cheese*.
6. *Glazing*, disiram dengan gula madu.⁹

Dapat peneliti simpulkan *finishing* ini sangat berpengaruh penting di dalam perusahaan karena dengan cara ini membuat *consumen* untuk tertarik supaya membeli produk, mereka senang dengan cara hias seperti apa dan isi didalam *Donuts*.

⁹ *Ibid*

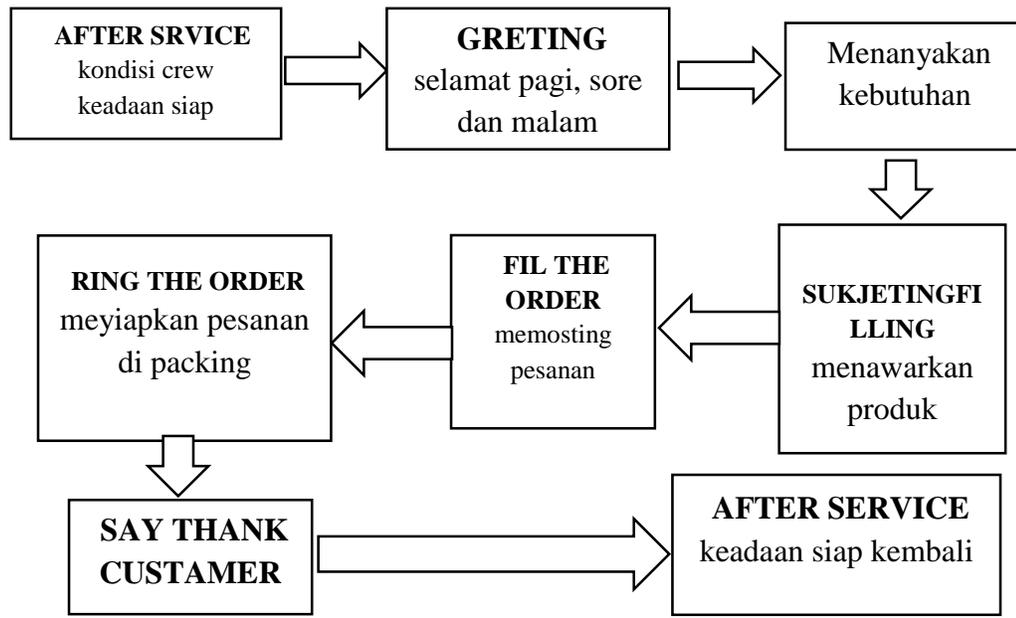
2. Produk Makanan di *Dunkin donuts*

- a. *Munchkin*, pembelian minimal 10 pcs
- b. *Muffin (Classic dan Minics)*
- c. *Fency*, bismak, *cheese*, *topping*, *black cheese*
- d. *Brownics*
- e. *Dunkin bakery* (roti manis)
- f. Roti tawar
- g. *Bagelan*
- h. *Sandwich (croissant dan boston)*
- i. *TartMochi ring*, taro, *original*, *caramel*, *cheese*, *strawberry choholate*
- j. *French Culler*, *black white*, *chocolate almond*, *coconut*, *honey deep*, *strawberry*.¹⁰
- k. *Cake*, *chocolate marbel*, *choholate green tea*, *coconut*, *chocolate honey deep*

setelah peneliti lihat dari berbagai produk diatas dengan adanya produk makanan dari *dunkin donuts* ini sangat membatu konsumen untuk mengetahui menu apa saja yang terdapat di dalam perusahaan, sehingga mempermudah *consumen* untuk membeli menu apa saja yang ingin mereka beli.

¹⁰ *Ibid*

F. SOP (standar operasional prosedur) Penjualan *Dunkin*



Sumber: *Dokumen Arsip, Sejarah perusahaan Dunkin, pada tanggal 29 April 2019.*¹¹

Dengan demikian, dari keseluruhan uraian mengenai gambaran umum dunkin donuts palembang seperti di ketahui diatas bahwa *dunkin donuts* palembang memiliki banyak posisi dan bagian masing-masing mempunyai tugas kerjanya yang sangat vital dan berperan penting dalam mewujudkan kelancaran perusahaan, ketertiban dan kebersihan. Tugas-tugas yang diemben tersebut haruslah di laksanakan sesuai aturan yang sudah berlaku di perusahaan dunkin donuts palembang, sehingga terciptanya perusahaan yang berkembang dan maju mengikuti zaman. Maka apabila sala satu

¹¹ Ibid

diantara tugas tersebut tidak dilaksanakan akan berakibat buruk untuk perusahaan dan konsumen.