



Analisa Manajemen Strategik Bisnis Mengenai Pt Indofood Sukses Makmur Tbk

DelvianYosuky¹, Ricky², TioSaniaRachmi³, Felix⁴

Fakultas Bisnis dan Manajemen, Universitas Internasional Batam, Indonesia

Email: 2141345.felix@uib.edu¹), 2141235.tio@uib.edu²),

2141175.delvian@uib.edu³),2141030.ricky@uib.edu⁴)

Abstract

PT Indofood Sukses Makmur Tbk is a company engaged in the food sector, located in Jakarta. The company was founded on August 14, 1990 under the name PT Panganjaya Intikusuma, and changed its name to Indofood Sukses Makmur on February 5, 1994. The company exports its food ingredients to Asia, Australia and Europe. This research will review the strategic management of a company, namely PT Indofood Sukses Makmur Tbk. In this study the authors used qualitative method techniques with a descriptive qualitative method approach. This study shows that PT Indofood Sukses Makmur Tbk carries out strategic management by promoting it on various platforms such as Instagram and TV shows. Then another management strategy is to continue to innovate to produce new products that can attract the attention of consumers and have added value.

Keywords: *PT Indofood Sukses Makmur Tbk, food, exporting, qualitative, promotion, innovation*

Abstrak

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pangan yang berlokasi di Jakarta. perusahaan tersebut didirikan pada tanggal 14 agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma, dan mengganti nama ke Indofood Sukses Makmur pada tahun 5 februari 1994. Perusahaan tersebut mengekspor bahan makanannya hingga Asia, Australia, dan Eropa. Pada penelitian ini akan mengulas mengenai manajemen strategi dari salah satu perusahaan yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif metode kualitatif. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa PT Indofood Sukses Makmur Tbk melakukan manajemen strategi dengan cara melakukan promosi ke berbagai platform seperti Instagram dan acara TV. Kemudian manajemen strategi lainnya adalah dengan terus berinovasi menghasilkan produk baru yang dapat menarik perhatian konsumennya dan memiliki nilai tambah.

Kata kunci: PT Indofood Sukses Makmur Tbk, pangan, mengekspor, kualitatif, promosi, berinovasi.

PENDAHULUAN

Pada jaman sekarang, terdapat berbagai hal yang dapat mengakibatkan persaingan usaha. Pada dunia bisnis sekarang banyak ditemukan kegiatan usaha yang mengandung unsur-unsur yang merugikan orang lain atau tidak adil. karena seiring dengan perkembangan ekonomi, membuat tingkat persaingan usaha yang semakin besar. Maka dari itu setiap perusahaan atau pelaku usaha harus memiliki ide-ide yang dapat membantu bisnis mereka tetap berjalan dengan baik. Salah satu

cara yang bisa dilakukan yaitu dengan menerapkan Manajemen Strategik. Menurut David (2011:6), manajemen strategi merupakan suatu proses yang dirancang dengan sistematis oleh manajemen dengan tujuan untuk merumuskan strategi, menjalani strategi dan melakukan evaluasi terhadap strategi dalam rangka menyediakan nilai yang terbaik bagi seluruh pelanggannya untuk mewujudkan visi organisasi.

Pada kesempatan kali ini penulis akan melakukan penelitian terhadap PT Indofood Sukses Makmur Tbk. PT Indofood Sukses Makmur Tbk atau biasa dikenal sebagai Indofood Merupakan perusahaan yang bergerak dalam produsen berbagai jenis makanan dan minuman yang berlokasi di Jakarta, Indonesia. Dalam beberapa dekade, Indofood telah berubah menjadi perusahaan total food solutions dengan semua kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan dalam proses produksi makanan, mulai dari proses pengolahan bahan baku sampai menjadi produk jadi yang tersedia diberbagai tempat.

Terdapat berbagai perusahaan yang menerapkan manajemen strategi, salah satunya yaitu PT Indofood Sukses Makmur Tbk atau biasa dikenal dengan Indofood. Manajemen strategi yang digunakan pada Indofood adalah pengembangan program produksi, menghasilkan produk yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan masyarakat, menciptakan produk yang memiliki nilai tambah, dan yang terakhir adalah membangun jaringan yang dapat memperluas jaringan perusahaan ke seluruh penjuru tanah air dan negara-negara lain. Maka dari itu, tujuan pada penelitian ini adalah untuk menganalisis manajemen strategi yang diterapkan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen strategik berasal dari dua kosa kata “manajemen” dan “strategi” yang masing-masing memiliki pengertian tersendiri, yang setelah pengertian tersendiri. Oleh karena itu, perlu terlebih dahulu dibahas pengertian “manajemen” dan “strategi”(Nazarudin, n.d.)

Manajemen strategi bisnis adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dari semua aktivitas yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Tujuan utama dari manajemen strategi bisnis adalah untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar yang sangat kompetitif.

Manajemen strategi bisnis melibatkan analisis eksternal dan internal untuk menentukan sumber daya organisasi yang tersedia dan kemampuan untuk memanfaatkannya secara efektif dalam mencapai tujuan bisnis jangka panjang. Hal ini juga melibatkan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan alokasi sumber daya untuk mencapai tujuan strategis, termasuk mempertimbangkan faktor risiko dan peluang yang ada di pasar. Strategi adalah sebuah kegiatan atau Langkah Langkah yang akan digunakan untuk masa depan sebuah perusahaan dengan membangun visi dan misi(Bella et al., n.d.)

Manajemen strategi bisnis sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang suatu organisasi, karena membantu organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan menghindari risiko di pasar yang sangat kompetitif. Dengan menggunakan manajemen strategi bisnis yang baik, sebuah organisasi dapat meningkatkan keunggulan kompetitifnya, meningkatkan profitabilitas, dan memperkuat posisinya di pasar.

METODOLOGI

Metode studi kasus adalah penelitian dengan masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi pada saat ini yang bertujuan untuk menyelidiki secara mendalam mengenai masalah yang diteliti(Romauli et al., 2019). Artikel ini ditulis dengan metode penulisan kualitatif dengan teknik pendekatan deskriptif, metode kualitatif adalah tata cara pengumpulan data yang dilandasi dengan narasi dan kajian alamiah. Metode ini memiliki perspektif dengan pengembangan dinamis, adapun cara memperolehnya dengan studi pustaka dan studi lapangan. Studi pustaka berbeda dengan tinjauan pustaka, studi pustaka dilakukan dengan cara mengkaji sumber tulisan seperti dokumen, hasil laporan tahunan perusahaan, peraturan perundang-undangan, dan sertifikasi. Pengumpulan data melalui studi lapangan berkaitan dengan situasi alamiah, penelitian ini memperoleh data melalui pengobservasian secara langsung kegiatan lapangan, seperti mengamati dan melakukan wawancara dengan para pekerja, ataupun diskusi kelompok. (Dwiyanto Djoko, 2002)

Pada penelitian ini peneliti mengambil sudut pandang berdasarkan subjek yang ditonjolkan dan landasan teori sebagai pedoman agar proses penelitian sesuai dengan fakta yang ditemukan pada saat proses penelitian berlangsung. Tujuan dari metode penelitian kualitatif untuk menggambarkan fenomena sosial secara detail dan mendalam. Peneliti berusaha untuk memahami makna, persepsi, dan pengalaman subjektif individu atau kelompok terkait fenomena sosial yang

menjadi fokus penelitian. Dengan menggunakan metode kualitatif dan pendekatan deskriptif, penulis dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang fenomena sosial yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, peneliti mengulas mengenai manajemen strategi dari PT Indofood Sukses Makmur melalui internet. Sebagai jaminan sumber data yang diperoleh telah sesuai dengan fakta-fakta terkait perusahaan maka dari itu peneliti melakukan observasi dan cross checking terkait referensi yang dipilih. Sumber data yang diperoleh harus merupakan data yang terbaru, terkini dan sudah terverifikasi.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penerapan strategik bisnis pada Pt.Indofood sukses makmur Tbk

Dalam upaya mengembangkan kesuksesan dari Pt Indofood Sukses Makmur, Perusahaan mengupayakan keberhasilan dan keefektifan promosi dengan menggunakan media sosial sebagai jembatan perantara kepada konsumen dan juga melalui gerai retail-retail. Dengan merumuskan strategi, sebuah perusahaan berarti sudah membuat formulasi tentang apa yang harus dilakukan dalam bisnis(Arifudin Opan et al., n.d.)

1. **Pengembangan program promosi** - Pengembangan program seperti program promosi beli sekian barang dapat sekian barang merupakan salah satu langkah awal perusahaan dalam mempromosikan Pt.Indofood sukses makmur.
Promosional pada PT. indofood Sukses Makmur ini dilakukan dengan metode online dan offline. Pada program offline diberlakukan penyebaran flyer dan pembuatan billboard sepanjang jalan untuk meningkatkan citranya dimata masyarakat. Sedangkan pada metode online ini diberlakukan metode social media marketing yang memanfaatkan berbagai jenis platform dalam upaya promosionalnya seperti promosional pada instagram dan pada acara tv.
2. **Menghasilkan produk** – dengan menghasilkan produk baru atau varian-varian baru dengan variasi harga yang berbeda guna untuk meliputi konsumen kelas bawah, menengah, dan atas. Hal ini dilakukan agar semua lapisan kelas masyarakat mampu menikmati produk yang dihasilkan oleh PT. indofood Sukses Makmur.

3. **Menciptakan Produk** – menciptakan produk yang memiliki nilai tambah baru juga dapat menjadi daya tarik kepada konsumen untuk membeli produk dari Pt Indofood sukses makmur. Pada proses ini juga dilakukan peningkatan kualitas produk dengan harapan mempertahankan ketertarikan masyarakat dengan menciptakan produk yang berstandar.
4. **Membangun Jaringan** – dengan memperluas jaringan Perusahaan keseluruhan penjuru tanah air juga dapat memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas. Melalui penerapan strategi ini dapat meningkatkan peningkatan kesadaran merk pada seluruh penjuru indonesia. Pada penerapan strategi ini juga dapat menyebabkan kerja sama antara berbagai perusahaan diindonesia yang dapat menghasilkan produk yang lebih bervariasi.

Berdasarkan dari program program promosi yang sudah di terapkan oleh pt indofood sukses makmur, dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan sudah tepat dan efektif, hal ini dapat dilihat dari banyak nya produk-produk dari Pt Indofood Sukses Makmur yang dapat kita temui dimana saja. Manajemen strategis berfokus pada penentuan tujuan, pengembangan perencanaan untuk mencapai tujuan, serta menempatkan sumber daya untuk melaksanakan kebijakan dan rencana. (Auliandri Aria Tuwanku, 2017)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa penerapan strategi oleh PT Indofood Sukses Makmur sangatlah besar. Dalam kesuksesannya dibidang produsen makanan dan minuman yang mengtransformasikan perusahaannya hingga menjadi sebuah perusahaan *food solustions* dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan produksi, hingga dapat mengekspor bahan makanannya ke luar negeri. Dengan ini membuat PT Indofood Sukses Makmur dikenal dikalangan masyarakat, baik dari kalangan tingkat bawah hingga kalangan masyarakat tingkat atas.

Keberhasilan PT Indofood Sukses Makmur menjadi motivasi bagi perusahaan-perusahaan kecil lainnya yang berada dibawah naungan perusahaan ini sendiri, serta perusahaan kecil lainnya yang baru merintis. Tidak hanya itu PT Indofood juga berafiliasi dengan perusahaan produsen makanan dan minuman yang berada diluar negeri, contohnya seperti PepsiCo Inc.

PT Indofood Sukses Makmur senantiasa memberikan kontribusi serta motivasi terhadap kompetensi karyawan, proses produksi, dan teknologi yang digunakan agar kualitas dan

keunggulan dari produk tetap senantiasa terjaga, serta melakukan inovasi keberlanjutan dengan harapan menjaga ketertarikan konsumen.

PT Indofood Sukses Makmur dikenal sebagai perusahaan terbesar dan termuka di kategori bisnisnya, dalam menjalankan bisnisnya PT Indofood Sukses Makmur mendapatkan manfaat dari skala ekonomis serta ketangguhan model bisnisnya

PT Indofood Sukses Makmur memaksimalkan usaha bisnisnya dengan menerapkan strategi bisnis yang efektif dengan melakukan promosi melalui sosial media sebagai jembatan perantara kepada konsumen serta jaringan retail-retail. Perusahaan ini juga memahami kekurangan dan kelebihan sehingga PT Indofood Sukses Makmur tetap melakukan inovasi untuk memperkuat persaingan di industrinya.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang diberikan kepada PT Indofood Sukses Makmur adalah agar tetap mempertahankan strategi dan pedoman yang selama ini menjadi fondasi berdirinya PT Indofood Sukses Makmur.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin Opan, Tanjung Rahman, & Sofyan Yayan. (n.d.). *MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI*.
- Auliandri Aria Tuwanku. (2017). *Analisa Aktivitas Manajemen Strategi pada Industri Pariwisata Berbasis Digital*.
- Bella, H., Saragih, P., Simanjuntak, H. Y., Yolanda, D. F., Megawati, P., & Putri, A. M. (n.d.). *Analisis Manajemen Strategi : Perbandingan Manajemen Strategis antara PT Campina Ice Cream Industry Tbk dan PT Diamond Food Indonesia Tbk*.
- Dwiyanto Djoko. (2002). *Metode_kualitatif_penerapannya_dalam_penelitian*.
- Nazarudin, M. H. (n.d.). *MANAJEMEN STRATEGIK*.
- Romauli, D., Sitanggang, B., Rosa, S. N., & Putri, A. M. (2019). THE ANALYSIS OF STRATEGIC MANAGEMENT: A COMPARATION BETWEEN STRATEGIC MANAGEMENT OF PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk AND PT. GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA Tbk ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR Tbk VS PT. GARUDAFOOD PUTRA PUTRI JAYA Tbk. In *Research In Accounting Journal* (Vol. 2, Issue 1). <http://journal.yrpioku.com/index.php/raj>

