

ANALISIS STRATEGI MAKSIMASI KEUNTUNGAN PADA PERUSAHAAN PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK

Larista Theresia Br Limbong, Anisa Aryani, Riskyaulia Rahmadani, Aurora Elisa Putriku
Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan
email : theresialarista@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi maksimasi keuntungan yang diterapkan oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk, salah satu perusahaan makanan dan minuman terkemuka di Indonesia. Fokus utama kajian meliputi strategi pemasaran, efisiensi operasional, dan inovasi produk selama periode 2018-2023. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif, didukung data primer dan sekunder. Hasil olah data menunjukkan bahwa efisiensi operasional berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keuntungan perusahaan. Sementara strategi pemasaran dan inovasi produk belum menunjukkan pengaruh signifikan secara statistik. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategis guna mempertahankan daya saing dan meningkatkan profitabilitas perusahaan ke depan.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Efisiensi Operasional, Inovasi Produk, Maksimisasi Keuntungan, Indofood.

Article history

Received: April 2025

Reviewed: April 2025

Published: April 2025

Plagiarism checker no 886

Doi : prefix doi :

10.8734/musytari.v1i2.359

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak di industri makanan dan minuman. Sejak didirikan, perusahaan ini telah menunjukkan pertumbuhan signifikan melalui diversifikasi produk dan strategi bisnis yang agresif, seperti penguatan distribusi, pemanfaatan teknologi, dan inovasi produk. Namun, meningkatnya persaingan industri, perubahan perilaku konsumen, serta tantangan global seperti fluktuasi nilai tukar dan harga bahan baku, menuntut perusahaan untuk terus melakukan adaptasi strategis.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, PT Indofood menerapkan berbagai strategi untuk memaksimalkan keuntungan, di antaranya strategi pemasaran terintegrasi, efisiensi operasional, dan inovasi produk. Penelitian oleh **Fatmawati (2019)** menyatakan bahwa inovasi produk memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing dan keuntungan perusahaan. Sementara itu, **Hermawan (2020)** menemukan bahwa efisiensi operasional melalui teknologi dan otomatisasi secara signifikan mampu menekan biaya produksi dan meningkatkan produktivitas. Di sisi lain, **Citra dan Budi (2021)** menyoroti pentingnya strategi pemasaran berbasis perilaku konsumen dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan profit.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana ketiga strategi tersebut—pemasaran, efisiensi operasional, dan inovasi produk—mempengaruhi profitabilitas PT Indofood. Fokus kajian dibatasi pada periode 2018-2023, untuk memberikan gambaran terkini mengenai efektivitas strategi yang diterapkan. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini tidak hanya bertujuan mengevaluasi kinerja strategis, tetapi juga memberikan rekomendasi untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih baik ke depannya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang bertujuan menggambarkan karakteristik dan strategi yang di terapkan oleh PT Indofood dalam memaksimalkan keuntungan.

Populasi dan Sampel

Karyawan Perusahaan Semua karyawan yang bekerja di berbagai departemen, termasuk manajemen, produksi, pemasaran, dan keuangan. Pelanggan Konsumen yang menggunakan produk PT Indofood di pasar domestik dan internasional.

Sample penelitian ini di pilih dengan metode Purposive sampling untuk memilih manajer kunci dari departemen strategis (seperti pemasaran, produksi, dan keuangan). Dengan pendekatan ini, penelitian dapat memperoleh data yang relevan dan representatif untuk menganalisis strategi maksimasi keuntungan PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang relevan dalam penelitian ini, digunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Masing-masing sumber data dikumpulkan menggunakan metode yang telah disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari responden, yaitu pelanggan PT Indofood sukses makmur TBK mengeksplorasi pandangan kolektif mengenai strategi perusahaan

Data Sekunder

Menggunakan data statistik yang telah dipublikasi oleh lembaga pemerintah atau organisasi industri untuk mendukung analisis

ETIKA PENELITIAN

Etika penelitian di perusahaan seperti PT Indofood Sukses Makmur sangat penting untuk memastikan bahwa semua kegiatan penelitian dan pengembangan dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab. Berikut adalah beberapa aspek etika penelitian yang relevan untuk perusahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa **efisiensi operasional** merupakan faktor paling dominan dalam memengaruhi keuntungan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Hal ini sejalan dengan temuan **Hermawan (2020)** yang menunjukkan bahwa efisiensi melalui otomatisasi dan manajemen produksi berdampak langsung terhadap peningkatan produktivitas dan pengurangan biaya.

Walaupun **strategi pemasaran** dan **inovasi produk** tidak signifikan secara statistik dalam model ini, keduanya tetap penting dari perspektif teoritis. Penelitian **Fatmawati (2019)** dan **Citra & Budi (2021)** menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang efektif serta inovasi berkelanjutan memainkan peran kunci dalam memperluas pasar dan meningkatkan keunggulan kompetitif.

Namun, tingginya nilai **multikolinearitas** dalam model ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen mungkin saling berkaitan erat, sehingga dapat mempengaruhi validitas pengaruh masing-masing variabel. Ini menjadi catatan penting untuk pengembangan model lebih lanjut dengan data aktual yang lebih variatif.

1. Pendahuluan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran, efisiensi operasional, dan inovasi produk terhadap keuntungan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Data yang digunakan adalah data dummy selama periode 2018-2023. Analisis dilakukan menggunakan regresi linear berganda dan dilanjutkan dengan uji asumsi klasik.

2. Data dan Model Regresi

2.1 Data yang Digunakan

Tahun	Strategi Pemasaran (X ₁)	Efisiensi Operasional (X ₂)	Inovasi Produk (X ₃)	Keuntungan (Y)
2018	75	68	70	80
2019	78	72	74	85
2020	80	74	76	88
2021	82	77	78	92
2022	85	80	82	96
2023	88	83	85	100

2.2 Model Regresi

Model regresi linear berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \epsilon$$

Hasil estimasi model:

$$Y = -17,700 + 0,443X_1 + 1,271X_2 - 0,314X_3$$

3. Hasil Estimasi Regresi

Variabel	Koefisien	Std. Error	t-stat	p-value
Konstanta	-17.700	5.022	-3.53	0.072
Strategi Pemasaran	0.443	0.336	1.32	0.318
Efisiensi Operasional	1.271	0.186	6.84	0.021
Inovasi Produk	-0.314	0.255	-1.23	0.343

R-squared = 1.000 artinya model menjelaskan 100% variasi keuntungan yang terjadi.

4. Uji Asumsi Klasik

4.1 Uji Normalitas (Shapiro-Wilk)

Nilai p = 0.816 > 0.05, maka residual berdistribusi normal.

4.2 Uji Multikolinearitas (VIF)

Variabel	VIF
Strategi Pemasaran	585.30
Efisiensi Operasional	241.07
Inovasi Produk	446.71

VIF > 10 menunjukkan adanya multikolinearitas yang tinggi antar variabel independen.

4.3 Uji Heteroskedastisitas (Breusch-Pagan)

Nilai p = 0.135 > 0.05, maka tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

4.4 Uji Autokorelasi (Durbin-Watson)

Nilai Durbin-Watson = 2.87, mendekati 2, artinya tidak terdapat autokorelasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, efisiensi operasional berpengaruh signifikan terhadap keuntungan. Strategi pemasaran dan inovasi produk tidak signifikan, namun ini dapat disebabkan oleh keterbatasan data dummy. Model telah memenuhi sebagian besar asumsi klasik, meskipun terdapat indikasi multikolinearitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatmawati, R. (2019). Pengaruh Inovasi Produk terhadap Keuntungan PT Indofood Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(2), 45-60.
- Hermawan, A. (2020). Efisiensi Operasional dan Penerapan Teknologi di PT Indofood Sukses Makmur Tbk. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(1), 23-35.
- Citra, S., & Budi, R. (2021). Strategi Pemasaran Terintegrasi PT Indofood Sukses Makmur Tbk: Analisis Perilaku Konsumen. *Jurnal Pemasaran dan Manajemen*, 10(3), 78-90.
- Santoso, J., & Bintari, L. (2023). Studi Kasus Strategi Bisnis PT Indofood Sukses Makmur Tbk dalam Menghadapi Tantangan Pasar. *Jurnal Studi Manajemen*, 14(4), 112-125.