



Penerapan Manajemen Strategik pada Produsen Food And Beverages

Dian Sudiantini

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi

Bonartdo Samuel G

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Bekasi

Alamat: Jl. Perjuangan No.81, Marga Mulya, Kec. Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143

Korespondensi penulis: dian.sudiantini@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract. *In the era of globalization and increasingly fierce competition, business people in the F&B industry are required to continue to innovate and carry out effective strategic management in order to be able to compete and win the competition in an increasingly complex market. So in this study, it will be discussed in detail about the implementation of strategic management in F&B producers. Through this research, it is hoped that readers will be able to understand the basic concepts and principles of strategic management and how they apply to the F&B industry. This study will also discuss the factors that influence success in implementing strategic management. In this study using a qualitative approach method. A qualitative approach can be used in research on the implementation of strategic management conducted by food and beverage producers to understand the perspectives of organizational leaders on how they manage management strategies to maintain the existence of a product. Based on the research that has been done, it can be concluded that the implementation of strategic management in food and beverage producers is very important to ensure business success and sustainable growth..*

Keywords: *Strategic Management, Implementation of Strategic Management and Food and Beverages*

Abstrak. Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, para pelaku bisnis di industri F&B dituntut untuk terus berinovasi dan melakukan manajemen strategik yang efektif agar mampu bersaing dan memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompleks. Maka Dalam penelitian ini, akan dibahas secara detail tentang penerapan manajemen strategik pada produsen F&B. Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca dapat memahami konsep dan prinsip dasar manajemen strategik serta bagaimana aplikasinya pada industri F&B. Penelitian ini juga akan membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam menerapkan manajemen strategik. Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dapat digunakan dalam penelitian tentang penerapan manajemen strategik yang dilakukan oleh produsen food and beverages untuk memahami perspektif para pemimpin organisasi tentang bagaimana mereka mengelola strategi manajemen untuk mempertahankan eksistensi dari sebuah produk. Berdasarkan Penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen strategik pada produsen food and beverages sangat penting untuk memastikan keberhasilan bisnis dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata kunci: Manajemen Strategik, Penerapan Manajaemen Strategik dan Food And Beverages

LATAR BELAKANG

Industri makanan dan minuman, atau yang lebih dikenal dengan sebutan "food and beverages" (F&B), merupakan salah satu industri yang sangat vital dan strategis dalam perekonomian suatu negara. Di Indonesia sendiri, industri F&B menjadi sektor yang menjanjikan dan terus berkembang seiring dengan meningkatnya permintaan konsumen yang

semakin tinggi terhadap produk-produk makanan dan minuman. Sebagai hasilnya, industri F&B di Indonesia menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi.

Dalam era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, para pelaku bisnis di industri F&B dituntut untuk terus berinovasi dan melakukan manajemen strategik yang efektif agar mampu bersaing dan memenangkan persaingan di pasar yang semakin kompleks. Manajemen strategik merupakan suatu proses manajemen yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian atas sumber daya dan kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya.

Penerapan manajemen strategik pada produsen F&B menjadi sangat penting karena dengan manajemen strategik yang baik, perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang membedakan produk-produknya dari produk-produk pesaingnya. Hal ini dapat dilakukan melalui identifikasi dan pengembangan produk-produk baru yang inovatif, pengelolaan rantai pasokan yang efektif, serta peningkatan kualitas produk dan layanan yang diberikan kepada konsumen.

Namun, dalam menerapkan manajemen strategik, produsen F&B juga dihadapkan dengan berbagai tantangan dan hambatan yang perlu diatasi. Beberapa faktor yang mempengaruhi keberhasilan penerapan manajemen strategik pada produsen F&B meliputi perubahan tren pasar, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan regulasi pemerintah terkait industri F&B.

Dalam penelitian ini, akan dibahas secara detail tentang penerapan manajemen strategik pada produsen F&B. Melalui penelitian ini, diharapkan pembaca dapat memahami konsep dan prinsip dasar manajemen strategik serta bagaimana aplikasinya pada industri F&B. Penelitian ini juga akan membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dalam menerapkan manajemen strategik.

KAJIAN TEORITIS

Manajemen strategik adalah suatu pendekatan manajemen yang sistematis dalam merencanakan, mengarahkan, dan mengendalikan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya. Teori manajemen strategik menyediakan panduan bagi perusahaan untuk membuat keputusan strategis yang efektif dalam menjawab tantangan lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan tidak pasti.

Teori manajemen strategik memiliki beberapa elemen kunci, yaitu:

- Analisis lingkungan Analisis lingkungan adalah proses mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Analisis ini meliputi analisis industri, analisis pesaing, analisis pelanggan, analisis faktor ekonomi, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.
- Analisis internal Analisis internal melibatkan pengidentifikasian dan mengevaluasi sumber daya internal perusahaan, seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan. Analisis ini meliputi pengukuran kinerja keuangan, analisis struktur organisasi, evaluasi kemampuan sumber daya manusia, dan identifikasi kelemahan dalam rantai pasokan.
- Penetapan strategi Penetapan strategi melibatkan pemilihan alternatif strategi yang dihasilkan dari analisis lingkungan dan internal, yang paling cocok dengan kondisi perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif dalam industri. Pemilihan strategi melibatkan penggunaan alat bantu analisis, seperti matriks SWOT dan analisis PESTEL.
- Implementasi strategi Implementasi strategi melibatkan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk memastikan bahwa strategi yang telah dipilih dapat dilaksanakan secara efektif. Implementasi strategi meliputi alokasi sumber daya, perencanaan jangka panjang, dan pengaturan sistem pengendalian dan pengawasan.
- Evaluasi dan kontrol Evaluasi dan kontrol dilakukan untuk mengevaluasi keefektifan implementasi strategi dan memastikan bahwa perusahaan mencapai tujuan jangka panjangnya. Evaluasi dan kontrol melibatkan pengukuran kinerja, pengawasan implementasi strategi, dan penyesuaian strategi jika perlu.

Dalam teori manajemen strategik, perusahaan diharapkan untuk memiliki visi dan misi yang jelas serta mampu membuat keputusan strategis yang tepat. Selain itu, perusahaan juga diharapkan mampu melakukan perubahan strategis jika diperlukan untuk menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan kompleks.

Penerapan teori manajemen strategik pada perusahaan food and beverages akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks. Sebagai contoh, perusahaan food and beverages dapat menggunakan

analisis lingkungan untuk mengidentifikasi tren dan peluang di industri makanan dan minuman. Dengan mengetahui tren dan peluang tersebut, perusahaan dapat mengambil tindakan strategis yang tepat, seperti melakukan penelitian dan pengembangan produk baru, berinvestasi pada teknologi dan inovasi, dan melakukan ekspansi ke pasar baru.

Selain itu, perusahaan food and beverages juga dapat melakukan analisis internal untuk mengevaluasi sumber daya yang dimiliki, seperti kekuatan dan kelemahan dalam proses produksi, kualitas produk, dan kemampuan pemasaran. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan internal perusahaan, perusahaan dapat membuat keputusan strategis yang tepat untuk meningkatkan kinerja bisnis, seperti melakukan restrukturisasi organisasi, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan komunikasi dengan pelanggan.

Setelah melakukan analisis lingkungan dan internal, perusahaan food and beverages dapat memilih strategi yang paling cocok dengan kondisi perusahaan dan memberikan keunggulan kompetitif dalam industri. Strategi yang dapat diterapkan antara lain, diferensiasi produk, fokus pada pasar tertentu, inovasi produk, dan pengembangan pasar baru.

Selanjutnya, perusahaan food and beverages dapat melaksanakan strategi tersebut melalui alokasi sumber daya yang tepat, perencanaan jangka panjang yang baik, dan pengaturan sistem pengendalian dan pengawasan yang efektif. Dalam implementasi strategi, perusahaan harus memastikan bahwa seluruh bagian perusahaan terlibat dalam pelaksanaan strategi tersebut.

Terakhir, evaluasi dan kontrol dilakukan untuk mengevaluasi keefektifan implementasi strategi dan memastikan bahwa perusahaan mencapai tujuan jangka panjangnya. Evaluasi dan kontrol meliputi pengukuran kinerja, pengawasan implementasi strategi, dan penyesuaian strategi jika perlu.

Dengan menerapkan teori manajemen strategik, perusahaan food and beverages dapat meningkatkan kinerja bisnis dan mencapai tujuan jangka panjangnya dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan tidak pasti.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif dapat digunakan dalam penelitian tentang penerapan manajemen strategik yang dilakukan oleh produsen food and beverages untuk memahami perspektif para pemimpin organisasi tentang

bagaimana mereka mengelola strategi manajemen untuk mempertahankan eksistensi dari produk mereka.

Dalam konteks penerapan manajemen strategik di perusahaan food and beverages, pendekatan kualitatif dapat digunakan untuk memahami secara mendalam dan rinci tentang bagaimana perusahaan menerapkan manajemen strategik dalam praktiknya.

Pendekatan kualitatif dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi penerapan manajemen strategik di perusahaan, serta mengungkapkan perspektif dari para pemangku kepentingan seperti manajer senior, pengambil keputusan strategis, dan staf operasional.

Salah satu metode kualitatif yang dapat digunakan dalam penelitian penerapan manajemen strategik di perusahaan food and beverages adalah studi kasus. Studi kasus dapat memberikan pemahaman mendalam tentang strategi yang telah diterapkan di perusahaan, proses pembuatan keputusan strategis, serta dampak dan hasil yang dicapai oleh perusahaan.

Dengan pendekatan kualitatif, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya dan mendalam tentang penerapan manajemen strategik di perusahaan food and beverages, sehingga dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan dan meningkatkan strategi mereka untuk mencapai tujuan jangka panjang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam Penelitian ini, penulis melakukan penelitian berdasarkan studi kasus dan hasil wawancara dengan salah satu staff PT . Dari hasil penelitian tersebut, penulis dapat membuat Analisa SWOT. Berikut analisisnya :

1. Strength

- Aqua memiliki brand yang sangat kuat di masyarakat, bahkan seringkali digunakan sebagai metafora untuk menyebut air minum kemasan meskipun bukan merek Aqua.
- Sumber mata air yang digunakan selalu dijaga kualitasnya dengan menempatkannya jauh dari pemukiman penduduk untuk mencegah pencemaran limbah. Kebersihan sumber air Aqua dilindungi dan dijaga dengan ketat untuk mencegah pencemaran air tanah atau air hujan.

- Upaya menjaga kualitas tersebut memberikan citra yang baik pada Aqua di mata masyarakat. Hal ini membuat Aqua menjadi pilihan utama sebagai air minum dengan pendapatan yang sangat tinggi.
- Kepercayaan masyarakat pada kualitas yang selalu terjaga dan ketersediaan agen Aqua yang sangat banyak memudahkan dalam memasarkan produk Aqua.
- Aqua menawarkan kemasan yang semakin beragam mulai dari kemasan gelas, botol kecil, sedang, hingga galon.
- Kesuksesan Aqua didukung oleh karyawannya yang memiliki loyalitas, dedikasi, dan pengetahuan yang baik baik dalam bidang masing-masing maupun secara umum.
- Aqua menjadi pelopor dalam kemasan gelas plastik di dunia sehingga sekarang menjadi standar industri. Aqua juga memelopori peralihan dari PVC ke PET dan mengembangkan konsep fully integrated manufacturing yang memungkinkan produksi air minum dan botol kemasannya terintegrasi mulai dari tingkat biji plastik.

2. Weakness

- Harga produk Aqua ditetapkan dengan kebijakan harga yang disebut kebijakan harga grosir, antara lain meliputi penetapan harga geografis dan penyesuaian harga sesuai dengan posisi pembeli.
- Saluran distribusi yang digunakan terlalu panjang, di mana produk Aqua disalurkan ke distributor, kemudian ke pengecer, dan akhirnya sampai ke tangan konsumen.
- Dalam perekrutan karyawan, Aqua masih menggunakan sistem spoil karena pada awal berdirinya, perusahaan merupakan perusahaan keluarga.

3. Opportunity

- Pertumbuhan penduduk yang signifikan dapat menjadi peluang bagi Aqua karena semakin banyak orang yang membutuhkan air minum. Dengan begitu, permintaan konsumen terhadap produk Aqua dapat meningkat dan perusahaan dapat meningkatkan produksi dan penjualan.
- Produk Aqua dapat dinikmati oleh semua kalangan masyarakat, baik anak-anak, dewasa, hingga golongan tua, termasuk semua lapisan sosial, dari pejabat hingga rakyat biasa. Hal ini disebabkan karena kebutuhan akan air minum sangat mendasar bagi semua manusia.

- Banyak daerah terpencil yang kesulitan untuk mendapatkan air bersih, terutama untuk keperluan minum. Oleh karena itu, Aqua dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membantu memenuhi kebutuhan air minum di daerah tersebut.
- Aqua menggunakan berbagai media promosi untuk memasarkan produknya, seperti brosur, acara olahraga, TV, radio, koran, majalah, dan internet. Dengan strategi pemasaran yang efektif, Aqua dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produknya.
- Perkembangan teknologi yang pesat dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi. Oleh karena itu, Aqua dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas produksinya.

4. Threats

- Ada produk palsu yang menggunakan merek Aqua di pasaran. Terdapat berbagai merek baru air mineral yang diperkenalkan dalam kemasan yang berbeda-beda.
- Depo-depo air minum isi ulang dengan harga yang lebih murah muncul di daerah-daerah dengan padat penduduk.
- Terdapat kenaikan harga bahan baku untuk kemasan seperti plastik untuk label dan bahan untuk gallon.
- Pemerintah telah mengeluarkan peraturan untuk mengatur penggunaan sumber daya air agar tidak dieksploitasi sembarangan oleh perusahaan air minum.
- Biaya iklan yang tinggi.
- Nilai tukar rupiah terhadap mata uang asing tidak stabil.

Dalam penelitian ini, penulis juga mengajukan beberapa pertanyaan kepada Operation Controller Manager dari PT Aqua Danone Indonesia. Berikut pertanyaan yang diajukan oleh penulis :

- Bagaimana perusahaan memastikan bahwa sumber mata air Aqua tetap terjaga kualitasnya dan tidak tercemar?
- Bagaimana perusahaan mengoptimalkan efisiensi saluran distribusi Aqua untuk mencapai target penjualan?
- Bagaimana perusahaan menangani masalah produk palsu yang menggunakan label Aqua di pasaran?

- Bagaimana perusahaan menjaga kualitas produk Aqua agar tetap sesuai dengan standar yang ditetapkan?
- Bagaimana perusahaan mengatasi kenaikan biaya bahan baku untuk kemasan Aqua?
- Bagaimana perusahaan menyesuaikan strategi pemasaran Aqua dengan perkembangan teknologi dan tren pasar yang ada?
- Bagaimana perusahaan memastikan ketersediaan Aqua di daerah-daerah yang sulit mendapatkan air bersih untuk minum?

Berikut adalah jawaban dari pertanyaan diatas (jawaban diurutkan dari nomor paling atas ke paling bawah) :

- Untuk memastikan bahwa sumber mata air Aqua tetap terjaga kualitasnya dan tidak tercemar, perusahaan kami melakukan pengawasan yang ketat dengan mengirim tim inspeksi secara berkala ke lokasi sumber air. Selain itu, kami juga melakukan pengujian berkala pada kualitas air dan mengimplementasikan praktik-praktik pengelolaan yang berkelanjutan untuk menjaga lingkungan di sekitar sumber mata air.
- Untuk mengoptimalkan efisiensi saluran distribusi Aqua, kami memantau dan mengevaluasi kinerja distributor kami secara berkala. Kami juga mengimplementasikan teknologi seperti GPS tracking dan sistem informasi manajemen untuk memantau rantai pasok dan memastikan bahwa produk Aqua tersedia di tempat yang dibutuhkan, pada waktu yang tepat, dan dengan biaya yang efisien.
- Perusahaan kami melakukan kerjasama dengan pihak berwenang dan lembaga terkait untuk menangani masalah produk palsu yang menggunakan label Aqua di pasaran. Kami juga melakukan kampanye untuk meningkatkan kesadaran konsumen mengenai cara membedakan produk asli dan palsu.
- Kami mengimplementasikan standar kualitas yang ketat dalam proses produksi Aqua dan melakukan pengujian berkala pada produk kami untuk memastikan bahwa kualitas produk tetap sesuai dengan standar yang ditetapkan.
- Untuk mengatasi kenaikan biaya bahan baku untuk kemasan Aqua, kami melakukan pengevaluasian terhadap alternatif bahan kemasan yang lebih murah namun tetap berkualitas. Kami juga melakukan negosiasi dengan pemasok bahan baku kami untuk mendapatkan harga yang lebih terjangkau.
- Perusahaan kami secara aktif memantau perkembangan teknologi dan tren pasar yang ada untuk menyesuaikan strategi pemasaran Aqua kami. Kami mengoptimalkan

penggunaan media sosial dan teknologi digital dalam kampanye pemasaran kami, seperti melalui platform online dan aplikasi mobile.

Kami melakukan kerjasama dengan distributor kami untuk memastikan ketersediaan Aqua di daerah-daerah yang sulit mendapatkan air bersih untuk minum. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan pihak terkait dan lembaga sosial untuk memperluas akses ke air bersih di daerah-daerah tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan manajemen strategik pada produsen food and beverages sangat penting untuk memastikan keberhasilan bisnis dan pertumbuhan yang berkelanjutan. Hal ini terlihat dari kemampuan perusahaan Aqua dalam menghadapi berbagai tantangan dan peluang pasar yang ada, seperti meningkatnya jumlah penduduk, bermunculannya produk-produk baru, dan masalah produk palsu.

Untuk meningkatkan keberhasilan bisnis dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, disarankan agar produsen food and beverages melakukan hal-hal sebagai berikut:

- Menjaga kualitas produk dan sumber daya alam: Produsen harus memastikan kualitas produk tetap terjaga dan sumber daya alam tidak tercemar, agar konsumen dapat terus mempercayai dan menggunakan produk-produk yang dihasilkan.
- Meningkatkan efisiensi saluran distribusi: Produsen harus memaksimalkan penggunaan teknologi dan melakukan inovasi dalam saluran distribusi, agar dapat mencapai target penjualan dengan efektif dan efisien.
- Meningkatkan keamanan produk dan melawan produk palsu: Produsen harus melakukan pengawasan ketat terhadap produk yang dihasilkan agar tidak mudah dipalsukan. Selain itu, produsen juga harus bekerjasama dengan pihak terkait untuk mengatasi masalah produk palsu.
- Menerapkan strategi pemasaran yang tepat: Produsen harus mengikuti tren pasar dan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran.
- Menyesuaikan diri dengan perubahan biaya bahan baku: Produsen harus memperhitungkan kenaikan biaya bahan baku dan melakukan inovasi dalam produksi agar tetap mampu menghasilkan produk dengan harga yang kompetitif.
- Memastikan ketersediaan produk di daerah-daerah yang sulit mendapatkan air bersih: Produsen harus memastikan bahwa produk dapat dijangkau oleh konsumen di daerah-

daerah yang sulit mendapatkan air bersih, misalnya dengan memperluas jaringan distribusi atau melakukan inovasi dalam kemasan.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, diharapkan produsen food and beverages dapat menghadapi berbagai tantangan dan peluang pasar dengan lebih baik, serta mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Amin, F. (2016) *Manajemen Strategi pemasaran pt. Danone Aqua*. KOMPASIANA. Available at: <https://www.kompasiana.com/ch1k4fusa/57030a502e9773ff04d6b940/manajemen-strategi-pemasaran-pt-danone-aqua>.
- Cahyadi, I. R. (2019, May 15). *Danone Aqua Dukung program Penelitian Sampah di Sungai*. beritasatu.com. <https://www.beritasatu.com/nasional/554392/danone-aqua-dukung-program-penelitian-sampah-di-sungai>
- Basuki, A. (2013, March 24). *Menganalisa Kesuksesan CSR aqua danone*. blog humas. <https://ilmukomunikuaci.wordpress.com/2013/03/24/menganalisa-kesuksesan-csr-aqua-danone/>