

STUDI KELAYAKAN BISNIS PT MAYORA INDAH TBK

KELOMPOK 8

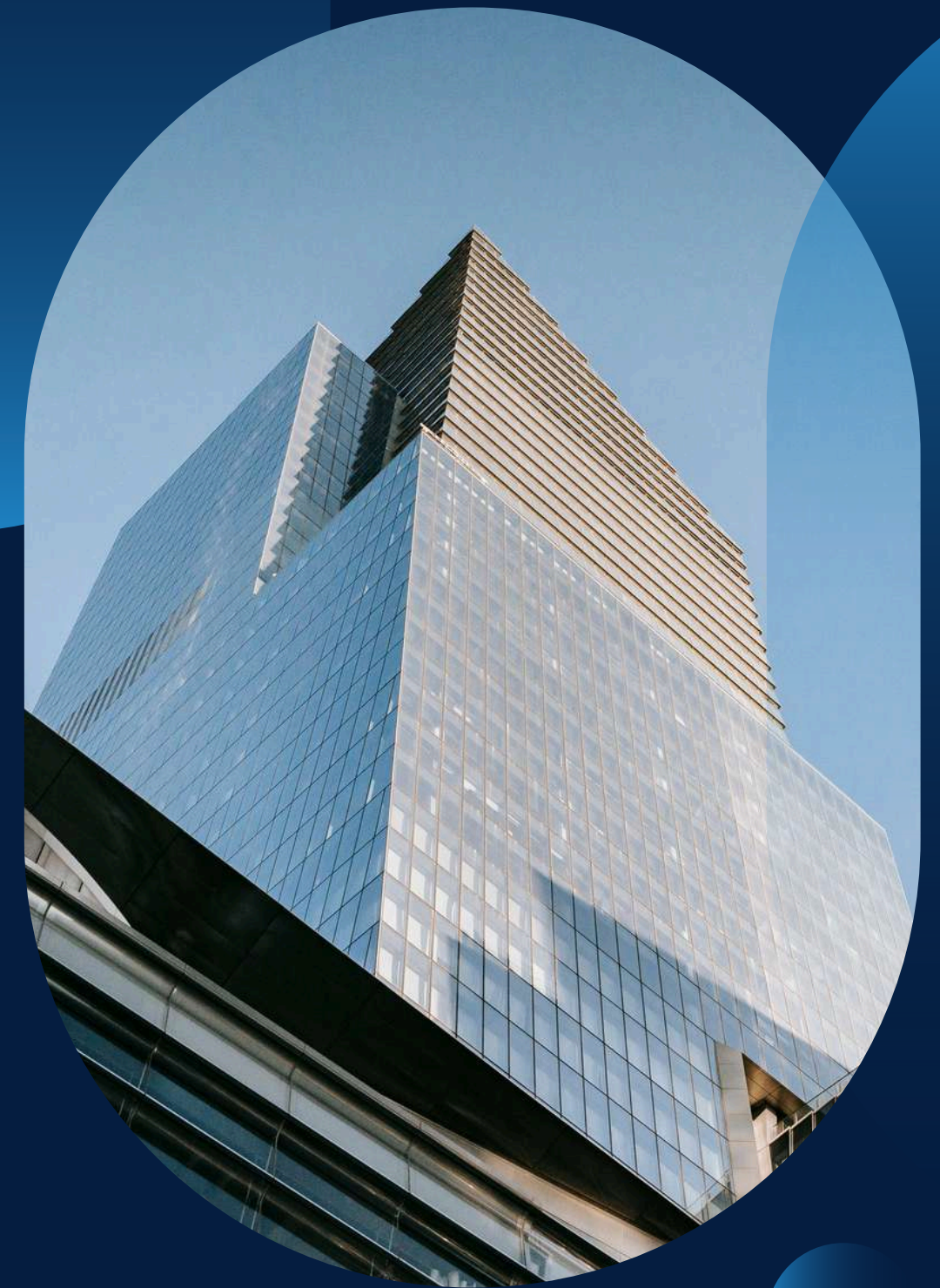
- Alma Yulia Fadhillah (2214290018)
- Delia Azahra (2214190012)
- Salsabila (2214290031)
- Galan Athadama Setianto (2214290022)



LATAR BELAKANG

PT Mayora Indah Tbk merupakan salah satu Fast Moving Consumer Goods Companies produsen makanan yang memiliki kualitas tinggi dan mendapatkan banyak penghargaan. Perusahaan ini berdiri pada tanggal 17 Februari 1977 oleh Jogi Hendra Atdmaja, Ir. Darmawan Kurnia, Drs. Raden Soedigdo. Dengan kantor pusat yang berada di Tomang Raya, Jakarta Barat.

PT Mayora menjadi bagian dari Mayora Group yang menaungi berbagai lini usaha, mulai dari produksi, distribusi, hingga ekspor. Mayora merupakan perusahaan publik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga memiliki kewajiban untuk menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan ketentuan dan standar yang ditetapkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), termasuk dalam hal pelaporan keuangan, tata kelola perusahaan, dan transparansi bisnis.



VISI

menjadi produsen produk makanan dan minuman yang berkualitas dan dipercaya oleh konsumen baik di pasar domestik maupun internasional, serta menguasai pangsa pasar yang signifikan dalam kategori produk Perseroan.

MISI

- Menghasilkan laba bersih dari operasi di atas rata-rata industri dan memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan Perseroan
- Memberikan kontribusi positif bagi lingkungan dan negara tempat Perseroan beroperasi.

01 ASPEK MANAJEMEN

Sistem manajemen dijalankan secara profesional, terstruktur, dan berorientasi pada kinerja berkelanjutan. Struktur organisasi terdiri atas Dewan Komisaris dan Direksi yang memiliki tanggung jawab masing-masing.

Menerapkan Good Corporate Governance (GCG) sebagai dasar dalam seluruh aktivitas manajemen dengan prinsip utama yaitu:

- Transparansi
- Akuntabilitas
- Tanggung Jawab
- Keadilan

Selain menerapkan prinsip-prinsip GCG, Mayora menekankan tiga fokus utama dalam manajemennya, yaitu kualitas produk, efisiensi operasional, dan inovasi berkelanjutan.

02 ASPEK PASAR DAN PEMASARAN

MARKET SEGMENT (SEGMENT PASAR)

Mulai dari anak-anak, remaja, hingga dewasa, baik dari kalangan ekonomi menengah ke bawah maupun menengah ke atas. Hal ini menjadikan produk Mayora memiliki jangkauan pasar yang merata di semua lapisan masyarakat.

POTENTIAL MARKET (PASAR POTENSIAL)

Selain pasar domestik, Mayora juga memiliki pasar ekspor di lebih dari 100 negara. Cakupan ekspor ini menjadikan Mayora sebagai salah satu produsen makanan dan minuman Indonesia dengan daya saing global.

PLC (PRODUCT LIFE CYCLE)

Perusahaan terus melakukan inovasi produk, baik dalam hal varian rasa, kemasan, maupun strategi promosi. Langkah ini dilakukan agar produk tetap relevan dengan tren pasar yang dinamis

CUSTOMER BEHAVIOR (PERILAKU KONSUMEN)

Mayora merespons perubahan perilaku dengan meningkatkan mutu bahan baku, memperbaiki desain kemasan, serta menghadirkan produk yang menyesuaikan kebutuhan gaya hidup modern, seperti minuman siap saji dan makanan ringan bergizi.

03

ASPEK TEKNIK PRODUKSI / OPERASI

01

Lokasi

PT Mayora Indah Tbk memiliki 14 fasilitas manufaktur, 13 pabrik di Indonesia dan 1 pabrik di Silangan, Filipina. Lokasi ini dipilih secara strategis untuk mendukung efisiensi distribusi dan akses bahan baku di wilayah produksi utama.

02

Bangunan/Gedung

Pabrik dilengkapi dengan area produksi, penyimpanan bahan baku, serta fasilitas pengemasan yang modern dengan standar ISO 14000:2004 dan OHSAS 18001:2007.

03

Mesin dan Peralatan

- Mesin hemat bahan bakar dan biomassa untuk ketel uap
- Oven modern dengan sistem pengurangan konsumsi bahan bakar
- Sistem otomasi dan sensor untuk efisiensi energi dan kontrol kualitas

04

Bahan Baku dan Bahan Penolong

Bahan baku utama Mayora meliputi komoditas pangan seperti:

- Kopi
- Gula
- Tepung
- Kelapa
- Cokelat

Untuk mengurangi risiko pasokan

- bekerja sama dengan pemasok dari berbagai wilayah
- memaksimalkan penggunaan bahan baku dalam negeri
- menjaga stok cadangan bahan baku

03

ASPEK TEKNIK PRODUKSI / OPERASI

05

Tenaga kerja

memiliki 12.677 karyawan hingga akhir 2024

Kebijakan ketenagakerjaan mencakup:

- Kesetaraan gender (18% manajemen senior adalah perempuan)
- Larangan pekerja anak dan kerja paksa
- Program Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) serta pelatihan rutin

06

Metode Produksi

Mass Production System (produksi massal) khas industri makanan dan minuman cepat saji (FMCG).

Ciri khasnya:

- Proses otomatisasi dan efisiensi energi
- Pengendalian mutu ketat (HACCP dan ISO)
- Produksi berbasis standar lingkungan dan keselamatan global.

07

Lokasi dan Lay Out Pabrik, atau Tempat Usaha

Didesain dengan layout fungsional yang memisahkan area produksi, pengemasan, gudang bahan baku, dan distribusi

Lokasi pabrik di berbagai daerah Indonesia (termasuk Jawa Barat, Jawa Timur, dan Banten) mendukung efisiensi logistik dan akses distribusi nasional. Gedung pusat operasional berada di Jl. Tomang Raya Kav. 21-23, Jakarta Barat



04

ASPEK KEUANGAN

LAPORAN POSISI KEUANGAN (NERACA)

Mayora menunjukkan posisi keuangan yang kuat hingga akhir 2024:

- Total Aset : Rp 3,956 triliun
- Total Liabilitas : Rp 164,79 miliar
- Aset Bersih : Rp 3,791 triliun

Struktur aset dan liabilitas ini menunjukkan perusahaan memiliki kekuatan likuiditas dan solvabilitas tinggi untuk mendukung ekspansi jangka panjang.

LAPORAN ARUS KAS (CASH FLOW)

- Laporan arus kas disusun dengan metode langsung, mencakup aktivitas operasi, investasi, dan pendanaan
- Perubahan kas utama pada 2024 berasal dari:

Arus kas pendanaan (utang jangka pendek dan panjang): Rp 3,686 triliun.

Total liabilitas pendanaan akhir tahun : Rp 7,948 triliun, meningkat signifikan dari tahun sebelumnya

Hal ini menunjukkan perusahaan aktif melakukan pembiayaan guna ekspansi dan penguatan modal kerja.

04

ASPEK KEUANGAN

PERKIRAAN KEBUTUHAN DANA

Kebutuhan dana 2024 sebagian besar diarahkan untuk:

- Modal kerja (melalui revolving loan dan demand loan)
- Pembiayaan ekspansi dan inovasi produk
- Pelunasan obligasi dan penguatan struktur permodalan

Perusahaan menargetkan pembiayaan berkelanjutan melalui penerbitan obligasi hingga Rp 2,5 triliun, menunjukkan proyeksi kebutuhan modal kerja dan investasi yang besar.

PROYEKSI LABA RUGI

- Penjualan Bersih: Rp 36,07 triliun (naik dari Rp 31,48 triliun pada 2023)
- Laba Kotor: Rp 8,30 triliun
- Laba Usaha: Rp 3,91 triliun
- Laba Tahun Berjalan: Rp 3,06 triliun
- Laba per Saham: Rp 134 (turun dari Rp 143 pada 2023)

Meskipun laba sedikit menurun, margin laba tetap kuat, menandakan efisiensi operasional dan daya saing tinggi di pasar FMCG.

05 ASPEK SUMBER DAYA MANUSIA (SDM)

Tiga pendekatan utama Mayora:

Rekrutmen dan Pengembangan Kompetensi

Tahun 2024 tercatat 16.080 jam pelatihan karyawan yang difokuskan pada peningkatan keahlian, keselamatan kerja, dan efisiensi produksi

Kesejahteraan dan Kesehatan Kerja (K3)

Mayora berkomitmen terhadap K3 dengan menerapkan sistem berbasis ISO 45001 dan program “Mayora Health” yang berfokus pada kesejahteraan fisik dan mental karyawan.

Kinerja dan Hubungan Industrial

Mayora menerapkan sistem penilaian kinerja berbasis hasil (performance-based appraisal) dan memberikan insentif berdasarkan pencapaian target. Selain itu, hubungan industrial dijaga melalui Serikat Pekerja RTMM-SPSI yang aktif dan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang diperbarui setiap 2 tahun.

06 ASPEK LINGKUNGAN

1. Pengelolaan Limbah Produksi

PT Mayora Indah Tbk menerapkan sistem pengelolaan limbah terpadu dengan prinsip reduce, reuse, recycle. Limbah padat dan cair dikelola agar tidak mencemari lingkungan sekitar pabrik.

2. Efisiensi Energi dan Air

Perusahaan berupaya menghemat penggunaan energi dan air melalui modernisasi mesin produksi, penggunaan LED, serta sistem daur ulang air.

3. Kepatuhan terhadap Regulasi Lingkungan

Mayora mematuhi seluruh peraturan pemerintah terkait AMDAL, pengelolaan limbah B3, dan emisi udara untuk memastikan operasional yang ramah lingkungan.

4. Program CSR Lingkungan

Melalui program tanggung jawab sosial, Mayora melakukan kegiatan seperti penanaman pohon, pengelolaan sampah plastik, serta edukasi lingkungan kepada masyarakat sekitar.

5. Sertifikasi dan Standar Lingkungan

Beberapa pabrik Mayora telah memiliki sertifikasi ISO 14001 (Manajemen Lingkungan) sebagai bukti komitmen terhadap keberlanjutan.

07

ASPEK YURIDIS/LEGALITAS



BENTUK BADAN HUKUM

PT. Mayora Indah Tbk berbentuk Perseroan Terbatas (Tbk) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.



LEGALITAS PERUSAHAAN

Memiliki akta pendirian dan pengesahan dari Kementerian Hukum dan HAM RI.a



PERIZINAN USAHA

Telah mengantongi NIB, SIUP, TDP, dan izin industri pangan olahan.



PERLINDUNGAN MEREK DAN HAK CIPTA

Produk Mayora terdaftar resmi di Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI).



KEPATUHAN REGULASI

Beroperasi sesuai UU Perseroan Terbatas, UU Perdagangan, dan regulasi OJK.



KETERBUKAAN PUBLIK

Sebagai perusahaan publik, Mayora wajib lapor keuangan dan keterbukaan informasi kepada investor.

08 ASPEK SOSIAL BUDAYA

BUDAYA

Dari sisi budaya, Mayora menjalankan berbagai inisiatif sosial yang menghormati kearifan lokal dan nilai-nilai masyarakat di sekitar area pabrik. Setiap kegiatan operasional perusahaan dilaksanakan dengan memperhatikan norma sosial, adat istiadat, dan kebiasaan masyarakat setempat, agar tidak menimbulkan gesekan sosial. Melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) “Mayora Care”, perusahaan berupaya membangun hubungan harmonis dengan masyarakat sekitar melalui:

1. Kegiatan sosial budaya seperti bakti sosial, santunan keagamaan, dan partisipasi dalam acara lokal
2. Dukungan terhadap kegiatan pendidikan dan pelestarian budaya daerah
3. Program Mayora Smart, yang mendorong peningkatan literasi dan pendidikan di wilayah pedesaan serta sekitar pabrik

08 ASPEK SOSIAL BUDAYA

EKONOMI

Dari sisi ekonomi, kehadiran Mayora memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar, terutama melalui penyerapan tenaga kerja, peningkatan pendapatan, dan pemberdayaan ekonomi lokal. Perusahaan secara aktif memberikan kontribusi bagi masyarakat melalui:

1. Penciptaan lapangan kerja langsung dan tidak langsung di 13 pabrik di Indonesia,
2. Pemberdayaan UMKM dan pemasok lokal, khususnya dalam pengadaan bahan baku seperti gula, tepung, dan kelapa.
3. Program “Mayora Big Family” dan “Mayora Empowerment”, yang melatih masyarakat di sekitar area pabrik untuk mengembangkan keterampilan wirausaha dan meningkatkan taraf hidup mereka.

Selain itu, kegiatan CSR di bidang ekonomi juga mencakup bantuan modal usaha kecil, pelatihan pengelolaan keuangan, serta dukungan fasilitas publik seperti perbaikan jalan, sarana ibadah, dan fasilitas air bersih.

09 ANALISA INDUSTRY

PT Mayora Indah Tbk telah berhasil mempertahankan pertumbuhan penjualan bersih (Net Sales) di angka Rp 36,07 triliun pada tahun 2024, melebihi target yang ditetapkan. Meskipun demikian, Perseroan menghadapi tekanan signifikan dari kenaikan harga komoditas utama seperti coklat dan kopi yang merupakan bahan baku utama. Hal ini menyebabkan Beban Pokok Penjualan melonjak tinggi.

Akibatnya, walaupun penjualan meningkat, laba bersih konsolidasi Perseroan justru turun sekitar 5% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 3 triliun. Hal ini diperparah oleh kelesuan ekonomi domestic yang membatasi kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga jual produk secara proporsional. Mayora mengambil tindakan dengan strategi focus pada inovasi produk, efisiensi operasional, dan pengambilan risiko yang terukur. Dengan adanya stabilitas politik dan ekonomi domestic yang damai, serta visi yang kuat, Perseroan tetap yakin bahwa bisnis F&B akan tetap baik dan Perseroan mampu mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan.

09 ANALISA INDUSTRY

PT Mayora Indah Tbk telah berhasil mempertahankan pertumbuhan penjualan bersih (Net Sales) di angka Rp 36,07 triliun pada tahun 2024, melebihi target yang ditetapkan. Meskipun demikian, Perseroan menghadapi tekanan signifikan dari kenaikan harga komoditas utama seperti coklat dan kopi yang merupakan bahan baku utama. Hal ini menyebabkan Beban Pokok Penjualan melonjak tinggi.

Akibatnya, walaupun penjualan meningkat, laba bersih konsolidasi Perseroan justru turun sekitar 5% dibandingkan tahun sebelumnya menjadi Rp 3 triliun. Hal ini diperparah oleh kelesuan ekonomi domestic yang membatasi kemampuan perusahaan untuk menaikkan harga jual produk secara proporsional. Mayora mengambil tindakan dengan strategi focus pada inovasi produk, efisiensi operasional, dan pengambilan risiko yang terukur. Dengan adanya stabilitas politik dan ekonomi domestic yang damai, serta visi yang kuat, Perseroan tetap yakin bahwa bisnis F&B akan tetap baik dan Perseroan mampu mempertahankan pertumbuhan berkelanjutan.

10

RESIKO

Risiko pada aspek operasional muncul dari kegiatan produksi, distribusi, dan rantai pasok. Dan cara Mayora mengatasinya dengan menerapkan Sistem Manajemen Mutu dan Keamanan Pangan (ISO 22000 & FSSC 22000), serta melakukan audit rutin terhadap pemasok dan fasilitas produksi.

Risiko pada aspek keuangan tentang fluktuasi nilai tukar, biaya bahan baku, dan kondisi pasar global. Dan cara Mayora mengatasinya adalah dengan melakukan lindung nilai (hedging), menjaga keseimbangan antara pendapatan ekspor dan impor bahan baku, serta mengutamakan bahan lokal untuk menekan ketergantungan impor.

Risiko pada aspek pasar dan persaingan yaitu perusahaan bersaing ketat dengan produsen makanan dan minuman nasional maupun global. Dan cara Mayora mengatasinya dengan terus berinovasi lewat pengembangan produk baru, peningkatan kualitas kemasan, dan strategi promosi digital untuk mempertahankan loyalitas konsumen.

Risiko pada aspek lingkungan dan keberlanjutan yaitu berpotensi menghadapi risiko terkait lingkungan. Dan cara Mayora mengatasinya adalah dengan menjalankan program efisiensi energy, penggunaan bahan ramah lingkungan, serta pengelolaan limbah dan air limbah sesuai standar AMDAL.

11 KESIMPULAN

PT Mayora Indah Tbk dinilai sangat layak untuk dipertimbangkan sebagai investasi strategis di industri Fast Moving Consumer Goods (FMCG) global. Analisis kelayakan bisnis menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fondasi yang kuat, ditopang oleh struktur manajemen profesional dan penerapan Good Corporate Governance (GCG) yang menjamin akuntabilitas operasional. Mayora berhasil mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar dengan jaringan distribusi yang luas di lebih dari 100 negara, serta portofolio produk yang inovatif dan memiliki daya saing tinggi. Dari aspek teknis dan operasional, perusahaan didukung oleh teknologi modern, efisiensi energi, dan standar mutu internasional, memastikan kualitas produk yang konsisten. Meskipun menghadapi tantangan fluktuasi biaya bahan baku, kinerja keuangan tetap solid dengan penjualan bersih mencapai Rp 36,07 triliun pada tahun 2024, didukung oleh aset dan likuiditas yang kuat. Ditambah dengan kepatuhan hukum yang lengkap dan komitmen kuat terhadap keberlanjutan serta tanggung jawab sosial (CSR), PT Mayora Indah Tbk menawarkan prospek bisnis yang aman, berkelanjutan, dan berpotensi memberikan pertumbuhan keuntungan yang signifikan bagi para pemegang saham.

TERIMA KASIH