



Universitas Persada Indonesia Y.A.I

PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK

Kelompok 12



Nama Kelompok

- Gabriella Oktaviani **2214290013**
- Desi Julianti **2214290058**
- Erna Rahmawati **2214290062**

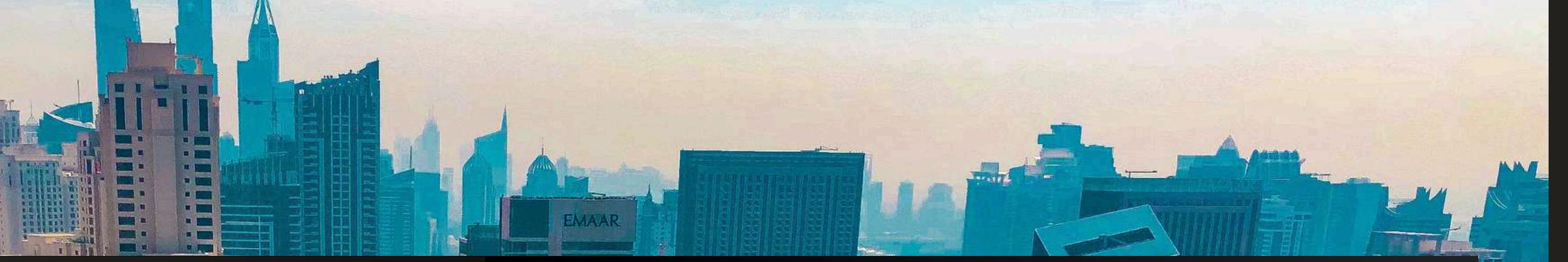


Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk hidup yang membutuhkan berbagai komponen dari alam untuk menjaga keberlangsungan hidupnya. Dalam menjalankan segala proses kehidupannya, baik itu proses metabolisme di dalam tubuh maupun aktivitas sehari-hari, manusia senantiasa membutuhkan energi. Segala proses tersebut akan terganggu apabila energi yang diperoleh tidak seimbang dengan yang dibutuhkan.

Pengolahan pangan sangat mempengaruhi kandungan nutrisi yang terdapat di dalam makanan. Hal tersebut secara otomatis juga mempengaruhi pasokan energi yang dihasilkan tubuh. Di sisi lain, keseimbangan nutrisi yang bergantung pada proses pengolahan pangan akan berdampak terhadap ketahanan dan kesehatan manusia.

Energi tersebut memungkinkan manusia untuk menjalankan aktivitas dan tanggung jawabnya secara maksimal dalam kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan, maupun pemerintahan.



Salah satu perusahaan yang memiliki peran besar dalam industri pangan Indonesia adalah PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Indofood merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan makanan terintegrasi, mulai dari produksi bahan baku, proses pengolahan, hingga distribusi ke berbagai daerah di Indonesia dan mancanegara. Produk-produknya, seperti Indomie, Pop Mie, Chitato, dan berbagai bahan pokok lainnya, telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia. Dengan cakupan bisnis yang luas dan struktur organisasi yang kuat, Indofood menjadi contoh nyata perusahaan yang berhasil bertahan dan berkembang di tengah persaingan global.

Dari sisi hukum, aspek yuridis/legalitas memastikan bahwa seluruh kegiatan Indofood telah sesuai dengan ketentuan hukum dan memiliki izin usaha yang lengkap, seperti akta pendirian perusahaan, NPWP, SIUP, dan izin lokasi. Terakhir, aspek sosial budaya meninjau bagaimana keberadaan Indofood memberikan dampak positif bagi masyarakat, baik dari sisi ekonomi melalui pembukaan lapangan kerja maupun dari sisi sosial budaya melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).



Rumus Masalah

Bagaimana kelayakan usaha PT Indofood Sukses Makmur Tbk ditinjau dari delapan aspek studi kelayakan bisnis, yaitu:

- Aspek manajemen
- Aspek pasar dan pemasaran
- Aspek teknis dan operasional
- Aspek keuangan
- Aspek sumber daya manusia (SDM)
- Aspek lingkungan
- Aspek hukum atau yuridis
- Aspek sosial dan budaya

Sejarah singkat Perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur TBK

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu perusahaan pangan terbesar dan paling berpengaruh di Indonesia. Perusahaan ini awalnya didirikan pada tahun 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma. Pada awal berdirinya, perusahaan berfokus pada produksi mi instan yang kemudian berkembang menjadi produk unggulan nasional. Seiring dengan perkembangan bisnis dan kebutuhan ekspansi yang lebih luas, pada tahun 1994 perusahaan secara resmi mengganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk, bertepatan dengan penawaran saham perdana di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Indofood tidak hanya berfokus pada ekspansi bisnis, tetapi juga memperhatikan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Melalui berbagai program Corporate Social Responsibility (CSR), perusahaan berkomitmen mendukung pembangunan berkelanjutan di bidang pendidikan, kesehatan, dan pelestarian lingkungan.



Tujuan Perusahaan

PT Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki tujuan utama untuk menjadi perusahaan penyedia solusi pangan total atau Total Food Solutions Company yang terdepan di dunia. Tujuan tersebut tidak hanya berorientasi pada pencapaian keuntungan finansial semata, tetapi juga pada upaya memberikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan, mulai dari konsumen, karyawan, pemegang saham, hingga masyarakat luas. Antaranya :

1. Memenuhi kebutuhan pangan masyarakat dengan menyediakan produk makanan dan minuman yang bergizi, berkualitas, dan terjangkau oleh semua kalangan
2. Meningkatkan kesejahteraan pemegang saham dan karyawan melalui kinerja bisnis yang berkelanjutan dan sistem manajemen yang profesional.
3. Mengembangkan inovasi produk dan teknologi guna menjaga daya saing di pasar domestik maupun internasional.
4. Menjaga keberlanjutan lingkungan dan sosial, dengan menerapkan prinsip tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di setiap aspek operasional bisnis.
5. Mendukung ketahanan pangan nasional, dengan berkontribusi terhadap peningkatan produksi bahan pangan dan penguatan rantai pasok di Indonesia.

Strategi Bisnis Perusahaan

Untuk mencapai tujuan tersebut, Indofood menerapkan berbagai strategi bisnis yang terencana dan berkesinambungan. Strategi-strategi ini berfokus pada inovasi produk, penguatan rantai pasok, perluasan pasar, serta efisiensi dalam proses produksi. Adapun strategi bisnis Indofood antara lain sebagai berikut:

- Diversifikasi Produk dan Inovasi Berkelanjutan
- Integrasi Vertikal (Total Food Solutions)
- Ekspansi Pasar dan Penguatan Distribusi
- Efisiensi Operasional dan Penerapan Teknologi
- Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (CSR)
- Penguatan Sumber Daya Manusia (Human Capital Development)



Aspek Manajemen

PT Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki struktur organisasi dan kepemimpinan yang terarah serta profesional. Perusahaan ini dipimpin oleh Anthoni Salim selaku Presiden Direktur, yang juga menjadi tokoh utama dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Indofood memiliki dewan komisaris dan dewan direksi yang bekerja secara terintegrasi dalam menjalankan fungsi perencanaan, pengawasan, dan pengambilan keputusan.

Kelebihan:

- Kepemimpinan kuat dan struktur organisasi jelas memudahkan koordinasi dan pengambilan keputusan.
- Komitmen pada pengembangan SDM melalui pelatihan dan sistem evaluasi kinerja.
- Keberadaan unit bisnis dan anak perusahaan memperkuat diversifikasi dan kontrol manajerial di berbagai segmen usaha.

Tantangan:

- Koordinasi lintas unit bisnis yang sangat besar dan terdistribusi (konsumen, agribisnis, distribusi) bisa menjadi sulit.
- Menjaga standar manajemen dan kualitas di lokasi pabrik atau cabang yang jauh dari pusat.
- Memastikan manajer lokal memiliki kompetensi dan integritas yang konsisten dengan visi perusahaan



Aspek Pasar dan Pemasaran

Dalam aspek pasar dan pemasaran, PT Indofood Sukses Makmur Tbk menunjukkan kemampuan yang kuat dalam memahami dan menguasai pasar makanan dan minuman di Indonesia. Sebagai perusahaan yang telah beroperasi lebih dari tiga dekade, Indofood memiliki strategi pemasaran yang terencana dengan baik untuk mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di industri makanan olahan.

Terdiri dari:

- Market Segment.
- Potential Market.
- Product Life Cycle (PLC).
- Customer Behavior



Aspek Teknis dan Operasi

Aspek teknis dan operasional pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk dirancang dengan standar tinggi untuk memastikan kualitas produk yang konsisten serta efisiensi dalam seluruh proses produksi.

Terdiri dari:

- Lokasi Perusahaan
- Layout (Tata Letak) Perusahaan
- Gambaran Produk
- Proses Produksi
- Sistem Operasional dan Distribusi



Aspek Keuangan

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) merupakan salah satu perusahaan produsen makanan dan minuman terbesar di Indonesia yang menunjukkan kinerja keuangan yang solid dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan laporan keuangan kuartal 3 tahun 2025, terdapat beberapa aspek keuangan penting yang perlu dibahas untuk memahami kondisi dan prospek perusahaan.

Aspek Keuangan	Nilai (Rp Triliun)	Keterangan
Pendapatan (Revenue)	90,98	Naik 4,6% YoY
Laba Bersih (Net Profit)	7,88	Turun 10% YoY
Laba Kotor (Gross Profit)	30,26	Naik 1,9% YoY
Gross Margin	33,30%	Rasio laba kotor terhadap pendapatan
EBITDA Margin	20,50%	Rasio EBITDA terhadap pendapatan
Net Margin	8,70%	Rasio laba bersih terhadap pendapatan
Total Aset	214,47	Jumlah aset perusahaan
Total Ekuitas	116,18	Modal sendiri perusahaan
Utang Jangka Pendek	41,1	Utang yang harus dibayar dalam 1 tahun
Utang Jangka Panjang	57,19	Utang dengan jangka waktu lebih dari 1 tahun
Laba per Saham (EPS)	895,61 (Rp)	Laba bersih per lembar saham
Price to Earnings Ratio	8,26 kali	Valuasi saham berdasarkan EPS

Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)



SDM merupakan aset penting yang menentukan keberhasilan strategi bisnis, efisiensi operasional, serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi tantangan pasar. Begitu pula pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk, perusahaan menempatkan pengelolaan SDM sebagai salah satu prioritas utama dalam mendukung keberlanjutan bisnis dan pencapaian visi menjadi Total Food Solutions Company terkemuka di dunia.

Indofood memiliki lebih dari 90.000 karyawan yang tersebar di berbagai unit bisnis, termasuk Consumer Branded Products, Bogasari, Agribusiness, dan Distribution. Dengan jumlah tenaga kerja yang besar dan beragam latar belakang, Indofood berkomitmen untuk menciptakan lingkungan kerja yang inklusif, aman, dan produktif. Perusahaan juga menerapkan sistem manajemen SDM yang terintegrasi, mencakup rekrutmen, pelatihan, pengembangan karier, hingga penilaian kinerja yang transparan.

Aspek Lingkungan

Aspek lingkungan berhubungan dengan bagaimana aktivitas bisnis suatu perusahaan mempengaruhi kondisi alam sekitarnya. Setiap kegiatan produksi berpotensi menimbulkan dampak lingkungan, baik berupa limbah, emisi, maupun penggunaan sumber daya alam. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menerapkan sistem pengelolaan lingkungan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Antara lain:

- Pengelolaan Limbah dan Emisi
- Efisiensi Energi dan Air
- Pengelolaan Bahan Baku dan Pertanian Berkelanjutan
- Pengurangan Plastik dan Pengelolaan Kemasan
- Kepatuhan terhadap Regulasi Lingkungan
- Aspek Yuridis/Legalitas PT Indofood Sukses Makmur Tbk
- Aspek Sosial dan Budaya PT Indofood Sukses Makmur Tbk



KESIMPULAN

Berdasarkan analisis delapan aspek studi kelayakan bisnis, PT Indofood Sukses Makmur Tbk menunjukkan kelayakan usaha yang tinggi dan prospek yang sangat baik di industri makanan dan minuman Indonesia. Aspek manajemen perusahaan yang profesional serta struktur organisasi yang kuat mendukung operasional yang efisien dan pengambilan keputusan yang efektif. Strategi pemasaran yang tepat sasaran dan inovasi produk memungkinkan Indofood mempertahankan posisi pasar yang dominan.

The background image shows a dense urban landscape with numerous skyscrapers. In the center, there's a large, curved waterfront area filled with boats and yachts. A prominent road or bridge curves along the water's edge. The overall scene is a vibrant, modern city at dusk or night.

TERIMA KASIH