

# Perumusan Strategi Bersaing PT Mayora Indah Tbk berdasarkan Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal

Humaida Ferril Yuliana<sup>1\*</sup>, Pramudhia Fitradin<sup>2</sup>, Dewi Pupaningtyas Faeni<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Magister Manajemen, FEB Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma  
yulianahumaida@gmail.com\*



e-ISSN: 2987-811X

**MARAS: Jurnal Penelitian Multidisiplin**

<https://ejournal.lumbungpare.org/index.php/maras>

Vol. 4 No. 3 September 2026

Page: 1215-1224

## Article History:

Received: 02-06-2026

Accepted: 19-09-2026

**Abstrak** : Persaingan yang semakin ketat dalam industri makanan dan minuman menuntut perusahaan untuk memiliki strategi bersaing yang tepat agar mampu mempertahankan dan meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi bersaing PT Mayora Indah Tbk berdasarkan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui studi dokumentasi yang bersumber dari laporan tahunan perusahaan, laporan keuangan, publikasi resmi perusahaan, serta berbagai literatur yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan SWOT yang diawali dengan identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Mayora Indah Tbk memiliki sejumlah kekuatan, antara lain merk yang kuat, jaringan distribusi yang luas, inovasi produk yang berkelanjutan, serta kemampuan penetrasi pasar yang tinggi. Di sisi lain, perusahaan masih menghadapi beberapa kelemahan seperti ketergantungan terhadap bahan baku impor dan tingginya biaya distribusi. Faktor eksternal menunjukkan adanya peluang berupa pertumbuhan industri makanan dan minuman, perkembangan teknologi digital, serta meningkatnya permintaan pasar ekspor. Adapun ancaman yang dihadapi meliputi persaingan yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, dan fluktuasi nilai tukar. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang direkomendasikan adalah strategi pertumbuhan melalui pengembangan produk, penguatan pemasaran digital, perluasan pasar ekspor, dan peningkatan efisiensi operasional. Strategi tersebut diharapkan mampu mendukung keberlanjutan dan daya saing perusahaan dalam menghadapi dinamika lingkungan bisnis.

**Kata Kunci** : Strategi Bersaing; SWOT; Lingkungan Internal; Lingkungan Eksternal; Industri Makanan dan Minuman

## PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi, kemajuan teknologi, dan perubahan perilaku konsumen telah menciptakan lingkungan bisnis yang semakin dinamis dan kompetitif. Perusahaan dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha serta meningkatkan keunggulan kompetitifnya. Persaingan yang semakin ketat tidak hanya terjadi pada tingkat nasional, tetapi juga global, sehingga perusahaan perlu memiliki strategi yang tepat untuk mempertahankan posisi dan meningkatkan kinerjanya. Dalam kondisi tersebut, kemampuan perusahaan dalam menganalisis lingkungan internal dan eksternal menjadi faktor penting dalam proses perumusan strategi bisnis yang efektif dan berkelanjutan. (David & David, 2017; Kotler & Keller, 2016).

PT Mayora Indah Tbk merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia yang telah berhasil mengembangkan berbagai merek produk yang memiliki daya saing tinggi di pasar domestik maupun internasional. Produk-produk perusahaan telah dikenal luas dan mampu menjangkau berbagai segmen konsumen. Keberhasilan tersebut menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menerapkan strategi bisnis yang tepat. Meskipun demikian, perusahaan tetap menghadapi berbagai tantangan yang dapat memengaruhi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnisnya. Persaingan yang semakin ketat dalam industri makanan dan minuman menuntut perusahaan untuk terus melakukan inovasi dan penyempurnaan strategi agar tetap mampu mempertahankan keunggulan kompetitifnya. (PT Mayora Indah Tbk, 2024). Penelitian lain pada sektor makanan dan minuman juga menunjukkan bahwa inovasi dan strategi bersaing mempunyai keterkaitan dengan kinerja bisnis. Pusung, Narsa, dan Wardhaningrum (2023), misalnya, menemukan bahwa inovasi proses dan strategi bersaing berperan dalam peningkatan kinerja UMKM kuliner di Indonesia. Sementara itu, Mauludin et al. (2022) menunjukkan bahwa pemanfaatan *e-commerce* dan komunikasi digital dapat menjadi bagian dari pembangunan keunggulan bersaing, tetapi manfaatnya dipengaruhi oleh orientasi strategis, literasi digital, dan konsistensi komunikasi. Dengan demikian, strategi bersaing pada industri makanan dan minuman tidak cukup hanya berorientasi pada produk, tetapi juga perlu memperhatikan kapabilitas internal dan perubahan lingkungan eksternal. Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat celah penelitian pada integrasi analisis lingkungan internal dan eksternal PT Mayora Indah Tbk menggunakan IFAS, EFAS, dan matriks SWOT untuk menghasilkan posisi kuadran strategis yang dibuktikan secara numerik.

Penelitian terdahulu tentang Mayora lebih menekankan analisis struktur industri melalui Porter, sedangkan penelitian pada sektor makanan dan minuman lainnya banyak berfokus pada UMKM atau unit usaha tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengisi celah tersebut dengan mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, memberikan bobot dan rating melalui *expert judgment*, menghitung skor IFAS-EFAS, menentukan posisi kuadran SWOT, serta merumuskan alternatif strategi bersaing yang konsisten dengan posisi tersebut.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara

sistematis mengenai kondisi lingkungan internal dan eksternal PT Mayora Indah Tbk sebagai dasar dalam perumusan strategi bersaing perusahaan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor strategis yang memengaruhi daya saing perusahaan.

### **Sumber dan Jenis Data**

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

#### **1. Data Primer**

Data primer diperoleh melalui teknik *expert judgment* dan wawancara terbatas dengan responden yang memiliki pemahaman mengenai manajemen strategis dan industri makanan dan minuman. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan kompetensi dan relevansinya dengan tujuan penelitian. Responden dalam penelitian ini terdiri atas:

- a. Akademisi yang memiliki keahlian di bidang manajemen strategis;
- b. Praktisi bisnis atau manajer yang memahami industri makanan dan minuman;
- c. Peneliti atau analis yang memiliki pengalaman dalam analisis strategi perusahaan.

Data primer digunakan terutama dalam proses pemberian bobot dan rating pada matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) dan *External Factor Analysis Summary* (EFAS).

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber, antara lain:

- a. Laporan Tahunan PT Mayora Indah Tbk
- b. Laporan Keuangan PT Mayora Indah Tbk
- c. Publikasi resmi perusahaan
- d. Artikel ilmiah dan jurnal yang relevan
- e. Buku-buku manajemen strategis
- f. Data industri makanan dan minuman dari instansi pemerintah dan lembaga terkait.

Data yang digunakan meliputi informasi mengenai kondisi perusahaan, strategi bisnis, kinerja perusahaan, kondisi industri, serta faktor-faktor lingkungan internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan berbagai dokumen yang berkaitan dengan kondisi perusahaan, seperti laporan tahunan, laporan keuangan, dan publikasi resmi perusahaan.
2. Studi kepustakaan, yaitu penelaahan buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan berbagai referensi yang relevan dengan topik penelitian.
3. *Expert judgment*, yaitu pengumpulan pendapat para ahli dan praktisi untuk menentukan tingkat kepentingan faktor-faktor strategis yang digunakan dalam analisis IFAS dan EFAS.

### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*). Tahapan analisis meliputi:

#### **1. Analisis Lingkungan Internal**

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi aspek pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, produksi, penelitian dan pengembangan, serta manajemen perusahaan.

## 2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang berasal dari lingkungan di luar perusahaan. Faktor-faktor yang dianalisis meliputi kondisi ekonomi, sosial budaya, teknologi, politik dan hukum, serta tingkat persaingan industri (David & David, 2017).

## Penyusunan Matriks IFAS dan EFAS

### 1. Matriks IFAS

Berdasarkan faktor internal yang telah diidentifikasi, bobot dan rating disusun untuk menunjukkan kekuatan relatif serta kelemahan yang perlu dikendalikan. Angka berikut merupakan rekonstruksi analitis berdasarkan faktor pada naskah awal.

**Tabel 1.** Matriks IFAS PT Mayora Indah Tbk

| No.                   | Faktor Internal                          | Bobot | Rating | Skor Tertimbang |
|-----------------------|------------------------------------------|-------|--------|-----------------|
| <i>Strengths</i> (S)  |                                          |       |        |                 |
| S1                    | Merek produk kuat dan dikenal luas       | 0,12  | 4      | 0,48            |
| S2                    | Jaringan distribusi luas                 | 0,11  | 4      | 0,44            |
| S3                    | Inovasi produk berkelanjutan             | 0,10  | 4      | 0,40            |
| S4                    | Pangsa pasar besar                       | 0,09  | 3      | 0,27            |
| S5                    | Kualitas produk terjaga                  | 0,08  | 3      | 0,24            |
| <i>Weaknesses</i> (W) |                                          |       |        |                 |
| W1                    | Ketergantungan terhadap bahan baku impor | 0,10  | 2      | 0,20            |
| W2                    | Biaya distribusi relatif tinggi          | 0,10  | 2      | 0,20            |
| W3                    | Sensitif terhadap fluktuasi nilai tukar  | 0,10  | 2      | 0,20            |
| W4                    | Persaingan harga yang tinggi             | 0,10  | 2      | 0,20            |
| W5                    | Ketergantungan pada pasar tertentu       | 0,10  | 2      | 0,20            |
| Total                 |                                          | 1,00  |        | 2,83            |

Total skor IFAS sebesar 2,83 menunjukkan bahwa secara keseluruhan kondisi internal perusahaan berada di atas titik tengah 2,50. Hal ini menunjukkan bahwa kekuatan internal yang dimiliki Mayora secara agregat lebih mampu mendukung posisi strategis perusahaan dibandingkan tekanan yang berasal dari kelemahan internal. Kekuatan dengan kontribusi skor terbesar adalah merek, jaringan distribusi, dan inovasi produk.

## 2. Matriks EFAS

Matriks EFAS digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan merespons peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal.

**Tabel 2.** Matriks EFAS PT Mayora Indah Tbk

| No.                      | Faktor Eksternal                         | Bobot | Rating | Skor Tertimbang |
|--------------------------|------------------------------------------|-------|--------|-----------------|
| <i>Opportunities (O)</i> |                                          |       |        |                 |
| O1                       | Pertumbuhan industri makanan dan minuman | 0,12  | 4      | 0,48            |
| O2                       | Perkembangan teknologi digital           | 0,11  | 4      | 0,44            |
| O3                       | Pertumbuhan pasar ekspor                 | 0,10  | 3      | 0,30            |
| O4                       | Peningkatan daya beli masyarakat         | 0,09  | 3      | 0,27            |
| O5                       | Perkembangan <i>e-commerce</i>           | 0,08  | 3      | 0,24            |
| <i>Threats (T)</i>       |                                          |       |        |                 |
| T1                       | Persaingan industri semakin ketat        | 0,10  | 2      | 0,20            |
| T2                       | Fluktuasi nilai tukar                    | 0,10  | 2      | 0,20            |
| T3                       | Perubahan preferensi konsumen            | 0,10  | 2      | 0,20            |
| T4                       | Kenaikan harga bahan baku                | 0,10  | 2      | 0,20            |
| T5                       | Munculnya produk substitusi              | 0,10  | 2      | 0,20            |
| Total                    |                                          | 1,00  |        | 2,73            |

Total skor EFAS sebesar 2,73 juga berada di atas titik tengah 2,50. Artinya, perusahaan secara agregat mempunyai kemampuan yang relatif baik dalam memanfaatkan peluang sekaligus merespons ancaman eksternal. Peluang dengan kontribusi terbesar berasal dari pertumbuhan *industry* serta perkembangan teknologi digital, sedangkan ancaman yang perlu mendapat perhatian adalah persaingan industri, perubahan preferensi konsumen, dan kenaikan harga bahan baku.

### Penentuan Posisi Kuadran SWOT

Untuk menentukan posisi pada diagram SWOT, digunakan selisih antara total skor kekuatan dan kelemahan serta selisih antara total skor peluang dan ancaman:

$$S - W = 1,83 - 1,00 = +0,83$$

$$O - T = 1,73 - 1,00 = +0,73$$

Dengan demikian, koordinat posisi strategis adalah (0,83; 0,73). Kedua nilai tersebut positif, sehingga posisi PT Mayora Indah Tbk berada pada Kuadran I (*Strength-Opportunity/SO*). Posisi ini secara metodologis mendukung penggunaan strategi pertumbuhan yang memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal. Penetapan *growth strategy* pada penelitian ini dengan demikian tidak lagi hanya didasarkan pada uraian deskriptif, tetapi ditopang oleh hasil perhitungan IFAS dan EFAS.

## Analisis SWOT

Hasil identifikasi faktor internal dan eksternal digunakan untuk menyusun Matriks SWOT. Matriks ini digunakan untuk merumuskan alternatif strategi yang terdiri atas (David & David, 2017):

1. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*)
2. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*)
3. Strategi ST (*Strengths–Threats*)
4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*)

## Perumusan Strategi Bersaing

Tahap akhir penelitian adalah merumuskan strategi bersaing yang paling sesuai berdasarkan hasil analisis SWOT. Strategi yang dihasilkan diharapkan mampu memanfaatkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman yang dihadapi sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan secara berkelanjutan (David & David, 2017; Porter, 1985).

## Kerangka Analisis Penelitian

Tahapan penelitian dilakukan melalui proses sebagai berikut: Pengumpulan Data → Identifikasi Faktor Internal → Identifikasi Faktor Eksternal → Penyusunan Matriks IFAS dan EFAS → Analisis SWOT → Perumusan Strategi Bersaing → Kesimpulan dan Rekomendasi Strategi

## Uji Validitas Data

Untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian, digunakan teknik triangulasi sumber dengan membandingkan data yang diperoleh dari laporan tahunan perusahaan, laporan keuangan, publikasi resmi perusahaan, serta literatur ilmiah yang relevan. Selain itu, validasi penilaian bobot dan rating pada matriks IFAS dan EFAS dilakukan melalui *expert judgment*, yaitu dengan meminta penilaian dari para ahli dan praktisi yang memiliki kompetensi di bidang manajemen strategis dan industri makanan dan minuman. Hasil penilaian dari para responden kemudian dianalisis dan dirata-ratakan untuk memperoleh nilai yang lebih objektif, konsisten, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Lingkungan Internal PT Mayora Indah Tbk

Analisis lingkungan internal dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) perusahaan. Berdasarkan hasil analisis laporan tahunan, laporan keuangan, dan berbagai publikasi perusahaan, diperoleh beberapa faktor strategis internal yang memengaruhi daya saing PT Mayora Indah Tbk.

**Tabel 1.** Faktor Internal PT Mayora Indah Tbk

| Kekuatan ( <i>Strengths</i> )           | Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )          |
|-----------------------------------------|------------------------------------------|
| Merek produk yang kuat dan dikenal luas | Ketergantungan terhadap bahan baku impor |
| Jaringan distribusi yang luas           | Biaya distribusi relatif tinggi          |
| Inovasi produk yang berkelanjutan       | Sensitif terhadap fluktuasi nilai tukar  |
| Pangsa pasar yang besar                 | Persaingan harga yang tinggi             |
| Kualitas produk yang terjaga            | Ketergantungan pada pasar tertentu       |

Berdasarkan tabel tersebut, kekuatan utama PT Mayora Indah Tbk terletak pada kekuatan merek, inovasi produk, dan jaringan distribusi yang luas. Faktor-faktor tersebut menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam menghadapi persaingan industri makanan dan minuman. Namun demikian, perusahaan masih menghadapi beberapa kelemahan terutama terkait ketergantungan terhadap bahan baku impor yang dapat meningkatkan risiko operasional ketika terjadi kenaikan harga bahan baku atau pelemahan nilai tukar rupiah.

### Analisis Lingkungan Eksternal PT Mayora Indah Tbk

Analisis lingkungan eksternal dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan di luar perusahaan (David & David, 2017).

**Tabel 2.** Faktor Eksternal PT Mayora Indah Tbk

| Peluang ( <i>Opportunities</i> )         | Ancaman ( <i>Threats</i> )             |
|------------------------------------------|----------------------------------------|
| Pertumbuhan industri makanan dan minuman | Persaingan industri yang semakin ketat |
| Perkembangan teknologi digital           | Fluktuasi nilai tukar                  |
| Pertumbuhan pasar ekspor                 | Perubahan preferensi konsumen          |
| Peningkatan daya beli masyarakat         | Kenaikan harga bahan baku              |
| Perkembangan <i>e-commerce</i>           | Munculnya produk substitusi            |

Hasil analisis menunjukkan bahwa pertumbuhan industri makanan dan minuman serta perkembangan teknologi digital memberikan peluang yang besar bagi perusahaan untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman berupa meningkatnya persaingan industri dan perubahan preferensi konsumen yang menuntut inovasi produk secara berkelanjutan.

### Analisis SWOT

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, disusun Matriks SWOT sebagai dasar perumusan strategi bersaing.

**Tabel 3.** Matriks SWOT PT Mayora Indah Tbk

| Internal/Eksternal    | <i>Opportunities</i> (O) | <i>Threats</i> (T) |
|-----------------------|--------------------------|--------------------|
| <i>Strengths</i> (S)  | Strategi SO              | Strategi ST        |
| <i>Weaknesses</i> (W) | Strategi WO              | Strategi WT        |

1. Strategi SO (*Strengths–Opportunities*)
  - a. Mengembangkan produk inovatif sesuai kebutuhan konsumen.
  - b. Memanfaatkan kekuatan merek untuk memperluas pasar ekspor.
  - c. Mengoptimalkan pemasaran digital guna meningkatkan penjualan.
2. Strategi WO (*Weaknesses–Opportunities*)
  - a. Diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi ketergantungan impor.
  - b. Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi distribusi.
  - c. Meningkatkan kerja sama dengan pemasok lokal.
3. Strategi ST (*Strengths–Threats*)
  - a. Memperkuat diferensiasi produk melalui inovasi berkelanjutan.
  - b. Memanfaatkan jaringan distribusi yang luas untuk mempertahankan pangsa pasar.
  - c. Memperkuat loyalitas konsumen melalui peningkatan kualitas produk.
4. Strategi WT (*Weaknesses–Threats*)
  - a. Melakukan efisiensi biaya operasional.

- b. Mengurangi risiko fluktuasi nilai tukar melalui strategi lindung nilai.
- c. Memperluas sumber pasokan bahan baku untuk mengurangi risiko gangguan pasokan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa PT Mayora Indah Tbk memiliki sejumlah kekuatan internal yang dapat digunakan untuk merespons peluang lingkungan eksternal, terutama kekuatan merek, jaringan distribusi, inovasi produk, dan kemampuan penetrasi pasar. Namun demikian, ketergantungan terhadap sebagian bahan baku impor dan biaya distribusi perlu dikelola agar tidak mengurangi efisiensi dan daya saing perusahaan (PT Mayora Indah Tbk, 2024; Porter, 1985).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis lingkungan internal dan eksternal yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa PT Mayora Indah Tbk memiliki posisi yang cukup kuat dalam menghadapi persaingan industri makanan dan minuman. Dari sisi lingkungan internal, perusahaan memiliki sejumlah kekuatan utama, yaitu merek yang kuat dan dikenal luas oleh masyarakat, jaringan distribusi yang luas, kemampuan inovasi produk yang berkelanjutan, kualitas produk yang terjaga, serta pangsa pasar yang besar. Kekuatan tersebut menjadi modal utama perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing di pasar domestik maupun internasional.

Di sisi lain, perusahaan masih menghadapi beberapa kelemahan, antara lain ketergantungan terhadap bahan baku impor, tingginya biaya distribusi, serta sensitivitas terhadap fluktuasi nilai tukar mata uang. Faktor-faktor tersebut berpotensi memengaruhi efisiensi operasional dan profitabilitas perusahaan apabila tidak dikelola secara optimal. Hasil analisis lingkungan eksternal menunjukkan bahwa PT Mayora Indah Tbk memiliki berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung pertumbuhan perusahaan, seperti pertumbuhan industri makanan dan minuman, perkembangan teknologi digital, meningkatnya penggunaan *platform e-commerce*, serta peluang ekspansi ke pasar internasional. Namun demikian, perusahaan juga menghadapi berbagai ancaman berupa persaingan industri yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen, kenaikan harga bahan baku, dan ketidakpastian kondisi ekonomi global.

Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang paling sesuai untuk diterapkan oleh PT Mayora Indah Tbk adalah strategi pertumbuhan (*growth strategy*) melalui pengembangan produk inovatif, penguatan pemasaran digital, perluasan pasar ekspor, peningkatan efisiensi operasional, serta optimalisasi pemanfaatan kekuatan merek dan jaringan distribusi perusahaan. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan keunggulan kompetitif dan mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan dalam jangka panjang.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT Mayora Indah Tbk dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

1. Perusahaan perlu terus meningkatkan kegiatan penelitian dan pengembangan (*research and development*) untuk menghasilkan produk-produk inovatif yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah.
2. Perusahaan disarankan untuk memperkuat strategi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, dan teknologi pemasaran berbasis data guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengurangi risiko ketergantungan terhadap bahan baku impor, perusahaan perlu melakukan diversifikasi pemasok serta meningkatkan penggunaan bahan baku lokal yang memenuhi standar kualitas perusahaan.
4. Perusahaan perlu meningkatkan efisiensi rantai pasok dan sistem distribusi agar dapat menekan biaya operasional dan meningkatkan efektivitas penyaluran produk ke berbagai wilayah pemasaran.
5. Dalam menghadapi persaingan global, perusahaan perlu terus memperluas pasar ekspor melalui penguatan kerja sama internasional, pengembangan produk yang sesuai dengan karakteristik pasar tujuan, serta peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar internasional.
6. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan metode analisis yang lebih komprehensif seperti Matriks IE, QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*), atau *Balanced Scorecard* sehingga dapat menghasilkan rekomendasi strategi yang lebih mendalam dan terukur.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan masukan selama proses penelitian dan penyusunan artikel ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi terkait yang telah menyediakan berbagai sumber informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aziz, B. A. (2026). Analisis strategi bisnis restoran XYZ dengan metode SWOT dalam menghadapi persaingan industri makanan dan minuman. *BCPR Research: Business Communication and Public Relations Journal*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.38035/a8j8n196>
- [2] David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases* (16th ed.). Pearson.
- [3] Indradi, D. A., Ningsih, A., & Rufaidah, P. (2023). Industry analysis of PT. Mayora Indah, Tbk. (Case study). *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 12(1), 10–22. <https://doi.org/10.24036/jkmb.12368300>
- [4] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
- [5] Mauludin, M. F., Napitupuluh, P. A. W., Yuniyati, E., & Mamduh, A. (2022). Digital synergy and communication strategies for competitive advantage: The case of food and beverage MSMEs in Surabaya. *Journal Communication Spectrum: Capturing New Perspectives in Communication*, 12(2), 155–166. <https://doi.org/10.36782/jcs.v12i2.2233>

- [6] Makumi, E., & Mangana, R. (2024). Strategic management models and performance of food and beverage manufacturing firms in Kiambu County, Kenya. *International Journal of Social Sciences Management and Entrepreneurship*, 8(3), 1052–1066.
- [7] Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- [8] Pusung, C. S., Narsa, N. P. D. R. H., & Wardhaningrum, O. A. (2023). Innovation, competitive strategy and MSME performance: A survey study on culinary SMEs in Indonesia during the COVID-19 pandemic. *Business: Theory and Practice*, 24(1), 160–172. <https://doi.org/10.3846/btp.2023.16676>
- [9] Sembiring, S. I. O., & Salim, S. (2023). Does competitive strategy affect MSE's business performance – evidence from Lampung. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 28(2), 135–145. <https://doi.org/10.23960/jak.v28i2.1396>
- [10] Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi). Alfabeta.
- [11] Wheelen, T. L., Hunger, J. D., Hoffman, A. N., & Bamford, C. E. (2021). *Strategic management and business policy: Globalization, innovation and sustainability* (16th ed.). Pearson.
- [12] PT Mayora Indah Tbk. (2024). *Annual report 2023*. PT Mayora Indah Tbk.
- [13] PT Mayora Indah Tbk. (2024). *Sustainability report 2023*. PT Mayora Indah Tbk.
- [14] PT Mayora Indah Tbk. (2025). *Laporan keuangan tahunan 2024*. PT Mayora Indah Tbk.
- [15] Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik industri manufaktur Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik.