

Globalisasi Market Di Perusahaan Pt Mayora Indah Tbk

Yandi Suprpto¹ Sri Cici Afrida Cahyati², Tan Phey Lien³, Elvi Juriana⁴

^{1,2,3,4} Program Prodi Manajemen, Universitas Internasional Batam

Abstrak

Globalisasi Market yang dilakukan pada PT Mayora Indah Tbk berpengaruh pada keseluruhan seperti sumber daya manusia, asset perusahaan, modal usaha dan lainnya. Dengan melakukan globalisasi perusahaan dapat memasarkan produk hingga pasar internasional. Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah metode kualitatif, dengan mendapatkan informasi melalui cara observas, serta mengumpulkan berbagai data yang relative dengan analisis yang dilakukan. Hasil penelitian ini menyimpulkan (1) PT Mayora Indah Tbk melakukan globalisasi pasar dengan tujuan memperluas pasar (2) Terdapat empat dorongan yang dilakukan oleh PT Mayora Indah Tbk dalam melakukan globalisasi pasar (3) PT Mayora Indah Tbk menjadi bukti nyata keberhasilan perusahaan nasional yang menembus pasar global internasional (4) PT Mayora Indah Tbk dikenal sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang Food & Beverages (F&B) dengan tujuan ekspor ke sekitar 80 negara.

Kata kunci : Globalisasi Market, PT Mayora Indah Tbk, Kualitatif, Global Internasional

Copyright (c) 2023 Yandi Suprpto

Corresponding author :

Email Address : silvanahusain7@gmail.com

PENDAHULUAN

Globalisasi market merupakan suatu cara untuk mengutamakan keseluruhan sumber daya seperti SDM, asset perusahaan, modal dana usaha, dan lain sebagainya dalam konteks tujuan agar perusahaan dapat waspada terhadap ancaman pemasaran pasar global dan dapat meraih peluang di pasar global. Globalisasi sangat berpengaruh pada pemasaran suatu perusahaan. Globalisasi dapat membantu suatu perusahaan memasarkan produk dan jasa melalui media online contohnya media sosial atau jejaring internet. Umumnya saat ini konsumen banyak menggunakan media sosial sebagai acuan berkomunikasi, bersosialisasi, jual beli, edukasi dan lain sebagainya. Adanya kemudahan ini dapat membantu para pengusaha mengurangi biaya operasional untuk iklan produk seperti baliho, poster, maupun brosur. Tentunya semua perusahaan melakukan promosi melalui online salah satunya PT Mayora Indah Tbk. PT. Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang bergerak dibidang mengelola makanan dan minuman (food and beverage) . PT. Mayora Indah Tbk yang berlokasikan di Jakarta didirikan pada tahun 1997 dengan menargetkan daerah Jakarta dan sekitarnya menjadi target pemasarannya. PT. Mayora Indah Tbk menyediakan media sosial yang berbasis digital seperti website yang memberikan

informasi terkait latar belakang dari Pengaruh Pelatihan, Pengembangan Karir dan Pemberdayaan Terhadap Kinerja Karyawan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang kami lakukan adalah penelitian yang di tuangkan dalam sebuah artikel ilmiah dalam menganalisa mengenai 4 (empat) fase pada globalisasi, kemudian dampak globalisasi, serta tujuan dan manfaatnya terhadap PT Mayora Indah Tbk. Objek Penelitian yang digunakan sebagai penelitian yaitu analisa pada PT Mayoran Indah Tbk di Indonesia, Objek penelitian ini adalah satu perusahaan yang bergerak pada bidang pengolahan bahan mentah makanan dan minuman, yang sudah ada sejak tahun. Pengaruh Pelatihan, Pengembangan Karir dan Pemberdayaan Terhadap Kinerja Karyawan. 1977 dan sampai saat ini terus berjalan dan berkembang untuk keberlanjutan dari perusahaan ini sendiri.

HASIL PENELITIAN

PT Mayora Indah Tbk merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 1977, pabrik pertama yang berlokasi di Tangerang dengan target pasar pada Jakarta dan wilayah sekitarnya. Dengan menjadikan perusahaan yang bergerak di bidang produsen makanan dengan kualitas tinggi memberikan PT Mayora mendapatkan banyak penghargaan. Dengan hal tersebut membuat PT Mayora lebih mudah dalam menjangkau pasar internasional.

Globalization market of PT Mayora Indah Tbk

Sebagai perusahaan bisnis yang bergerak pada bidang food and beverages (F&B). Perkembangan PT Mayora dikenal dalam memimpin market lokal di pasar Indonesia terus berkembang hingga saat ini, bahkan tidak cukup meraup pasar lokal, PT Mayora saat ini terus mengembangkan bisnisnya hingga ke pasar internasional. Produk PT Mayora telah mengeksport produk mereka hingga lebih dari 100 negara yang mencakup kawasan Asia Tenggara, India, China, Amerika Serikat (AS), Timur tengah, Afrika, Eropa bahkan PT

Mayora sudah menjangkau negara Irak dan Palestina. Produk PT Mayora yang sudah sangat dikenal masyarakat Indonesia berupa biskuit, permen, kopi siap minum, hinggas sereal. Untuk dapat melakukan globalisasi market ke berbagai negara PT Mayora mengoperasikan 29 pabrik yang terdapat pada negara tersebut, dengan tujuan ekspansi bisnis dan penetrasi pasar ekspor mereka.

Perusahaan yang maju tidak luput dari pengaruh teknologi yang mendukung jalannya suatu bisnis. Dalam hal ini juga berpengaruh pada PT Mayora dengan memanfaatkan teknologi sebagai sarana dalam melakukan perkembangan usaha. Pada era pasar bebas dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, seperti internet yang diperlukan dalam berbagai aktivitas yang mempengaruhi kemajuan transportasi. Dengan memanfaatkan transportasi darat, laut dan udara sebagai sarana dalam melakukan pengeksporan produk PT Mayora ke berbagai negara.

Dalam menjalankan globalisasi market, PT Mayora melakukan berbagai segmentasi yang dapat mendukung jalannya usaha. Dengan mengelompokkan segmen pasar mereka berdasarkan pasar domestik dan luar negeri. Pada pasar domestik pengembangan dilakukan ke seluruh wilayah di Indonesia mulai dari desa hingga kota. Untuk pasar internasional PT Mayora lebih berfokus pada negara dengan jumlah penduduk yang padat (Binus, Implementasi Strategi Pemasaran PT Mayora Indah Tbk bagi UMKM). Globalisasi market dilakukan oleh PT Mayora agar dapat

terjangkaunya area pasar – pasar baru yang bervariasi dengan produk – produk yang sesuai dengan eksistensi PT Mayora.

Pendorong Globalisasi Pasar pada PT Mayora Indah Tbk

Dalam menjalankan globalisasi pasar, terdapat beberapa dorongan yang dilakukan oleh PT Mayora Indah Tbk, sebagai berikut.

- Integration

Pertumbuhan ekonomi pada suatu negara tidak lepas dari adanya perdagangan didalamnya. Adanya kegiatan ekspor impor yang dilakukan oleh PT Mayora dapat membantu pertumbuhan ekonomi dari negara yang menjadi tempat bisnis mereka.

- Production

Produksi yang dilakukan oleh PT Mayora dengan mempertimbangkan berbagai negara untuk mendirikan pabrik mereka, dengan memilih negara yang memiliki tarif upah yang dapat dikatakan rendah, tarif bea cukai murah sehingga dapat meminimalkan biaya produksi.

- Transport

Terjalannya akses darat, laut, dan udara yang dilakukan PT Mayora dalam mendistribusikan produk mereka hingga sampai pada tangan konsumen. Mempertimbangkan kepuasan konsumen dengan menjamin produk yang akan diberikan kepada konsumen dalam kualitas yang sudah melalui standar.

- Transaction

PT Mayora melakukan transaksi yang dilakukan pada perusahaan yang ada diberbagai negara. Tujuan dari transaksi ini ialah mengenai pembelian dan penjualan produk.

Dimensi Globalisasi Pasar pada PT Mayora Indah Tbk

Letak geografis negara Indonesia memberikan mudahnya akses bagi para pengusaha dalam melakukan perdagangan antar negara, dengan mudahnya akses dan banyak pilihan yang dapat dilakukan pada perdagangan bebas antar negara. Dengan adanya perdagangan bebas yang terjadi pada setiap negara, memberikan masyarakat lebih banyak pilihan dalam menggunakan produk bahkan makanan. PT Mayora melakukan perluasan bisnis hingga ke luar negara dengan tujuan memperkenalkan produk mereka ke masyarakat luas. Preferensi konsumen terhadap suka dan tidaknya terhadap produk yang akan mereka konsumsi, hal tersebut sangat berpengaruh pada globalisasi market PT Mayora. Analisis yang dilakukan terhadap berbagai pilihan masyarakat pada berbagai negara memberikan peluang pada PT Mayora dalam melakukan globalisasi, sehingga produk mereka dapat diterima.

Value Chain PT Mayora Indah Tbk

Pada model value chain PT Mayora merangkai aktivitas yang akan dilakukan dengan mengubah input menjadi output, yang dimaksud dari input merupakan bahan mentah yang belum jadi yang akan diolah menjadi barang jadi yang bernilai bagi konsumen. Dalam melakukan value chain terdapat dua model, yaitu.

- a) Primary Activities

Merupakan kegiatan utama yang dilakukan oleh PT Mayora yang meliputi kegiatan produksi. Kegiatan produksi tersebut berkaitan langsung pada penerimaan pesanan, penyimpanan produk sudah jadi hingga mendistribusikan produk hingga sampai ke tangan konsumen. Pada primary activities terdapat lima kegiatan, sebagai berikut.

- Inbound Logistics, merupakan kegiatan PT Mayora dalam penerimaan pesanan dari konsumen, hingga produk tersebut sampai ke tangan konsumen.
- Operation, pada kegiatan ini PT Mayora akan memproduksi produk yang akan di distribusikan kepada konsumen, dengan mengolah bahan baku menjadi barang jadi.
- Outbound Logistics, produk yang sudah jadi akan disalurkan langsung kepada distributor, dari distributor disalurkan melalui supplier hingga ke tangan konsumen.
- Service, pada layanan ini PT Mayora memberikan layanan kepada konsumen berupa keluhan yang akan mereka sampaikan, dan juga saran.

b) Support Activities

Pada kegiatan ini dilakukan secara tidak berperan langsung pada proses produksi tetapi kegiatan yang akan membantu proses produksi pada PT Mayora agar dapat berjalan dengan lancar. Dalam kegiatan ini terdapat beberapa bagian yaitu.

- Infrastruktur Perusahaan (Firm Infrastructure), PT Mayora menjamin semua asset yang berkaitan dengan bidang keuangan, bidang keamanan, serta keselamatan dalam sistem informasi. Hal tersebut memberikan terjaminnya semua asset yang digunakan dapat memperlancar jalannya globalisasi yang dilakukan oleh PT Mayora.
- Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM), PT Mayora selalu memberikan pelatihan terhadap para karyawan. Pelatihan tersebut dilakukan pada saat karyawan tersebut sudah diterima diperusahaan. Pelatihan yang diberikan juga disesuaikan dengan divisi karyawan tersebut. Pelatihan tersebut dilakukan agar semua karyawan PT Mayora memiliki keahlian dalam melakukan pekerjaan.
- Pengembangan Teknologi (Technology Development), dalam melakukan pengembangan teknologi PT Mayora merekrut para ahli yang sesuai dengan bidangnya. Pada bidang ini dilakukan dengan pengembangan sistem, produk dan sistem telekomunikasi

SIMPULAN

Hasil analisis yang telah dilakukan, PT. Mayora Indah Tbk telah berhasil melakukan globalisasi market dari segi produksi, promosi, integrasi, transaksi, transportasi dan lain sebagainya. PT. Mayora Indah Tbk menyediakan infrastruktur yang membantu serta mendukung proses – proses produksi maupun proses lainnya. PT. Mayora Indah Tbk mampu bersaing dengan pasaran global lainnya. Dalam menjalankan globalisasi market, PT Mayora melakukan berbagai segmentasi yang dapat mendukung jalannya usaha. Dengan mengelompokkan segmen pasar mereka berdasarkan pasar domestik dan luar negeri. Pada pasar domestik pengembangan dilakukan ke seluruh wilayah di Indonesia mulai dari desa hingga kota. Untuk pasar internasional PT Mayora lebih berfokus pada negara dengan jumlah penduduk yang padat (Binus, Implementasi Strategi Pemasaran PT Mayora Indah Tbk bagi UMKM). Globalisasi market dilakukan oleh PT Mayora agar dapat terjangkau area pasar – pasar baru yang bervariasi dengan produk – produk yang sesuai dengan eksistensi PT Mayora.

Referensi :

- Darmawan, A., & Anggelina, Y. (2022). Motivasi , Pelatihan Kerja , Pengembangan Karir Dan Self Efficacy Terhadap Kinerja Karyawan Pendahuluan. 12(1), 47-56. <https://doi.org/10.32502/jimn.V12i1.5142>
- Kurniatama, R. P., & Waryanto, H. (2022). Pengaruh Pelatihan Kerja Terhadap Karyawan Pada Pt Surya Pratama Service Di Jakarta. *Jurnal Pemasaran, Keuangan, Dan Sumber Daya Manusia (Perkusi)*, 2(2), 281-286. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/jiper/article/view/19613>
- Sularmi, L., & Banjal, T. P. (2020). Pengaruh Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Unibless Indo Multi. *Jenius (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 3(3), 294. <https://doi.org/10.32493/jjsdm.V3i3.4867>
- Suriyani, E. (2018). Pengaruh Pemberdayaan Pegawai Terhadap Kinerja Organisasi Kantor Kecamatan Haruyan Kabupaten Hulu Sungai Tengah. *Al-Kalam Jurnal Komunikasi, Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 120. <https://doi.org/10.31602/al-kalam.V5i1.1338>
- Sugiyono. (2017). *No Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D (Sutopo (Ed.); 2nd Ed.)*. Alfabeta Cv.
- Sujarweni. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Bangun, Wilson. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga : Bandung
- Al Karim Rashed (2020). *Impact of Different Training and Development Programs on Employee Performance in Bangladesh Perspective*
- Fikri. M.K (2020). *Pengaruh Pengembangan Karir dan Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening*
- Bella Septiyna (2022). *Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Kair Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Employee Engagement Sebagai Variabel Intervening*
- Pengaruh Pelatihan, Pengembangan Karir dan Pemberdayaan Terhadap Kinerja Karyawan
- Sany Maya Rachmatika (2015). *Pengaruh Evaluasi Pelatihan Dan Pengembangan Karir Terhadap Kinerja Pegawai*
- Ayu Nurmila Abdi Anggoro (2020). *Pengaruh Pemberdayaan Sumberdaya Manusia dan Komitmen Kerja Terhadap Kinerja*
- Melian Sugiarto, Marni Ningsih & Lukmono Hadi (2020). *Analisis Model Struktural Hubungan Pelatihan, Pemberdayaan, Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan*