

ANALISIS PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO DALAM MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN PADA PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK DENGAN PENDEKATAN SWOT

Siti Nuraisah

2410111017@mahasiswa.upnvj.ac.id

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Dalam era globalisasi dan persaingan usaha yang semakin ketat, perusahaan manufaktur, terutama di bidang makanan dan minuman, menghadapi beragam tantangan yang kompleks. PT Indofood Sukses Makmur Tbk, yang merupakan salah satu pabrik mie instan terbesar di Indonesia, menghadapi berbagai tantangan dari aspek ekonomi, politik, industri, komersial, dan sosial. Studi ini bertujuan untuk menganalisis implementasi manajemen risiko di PT Indofood dengan menggunakan pendekatan SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman). Analisis SWOT berfungsi untuk mengenali faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman di dalam lingkungan bisnis. Integrasi manajemen risiko dan analisis SWOT membantu perusahaan menyusun strategi yang tanggap terhadap ancaman dan aktif dalam memanfaatkan peluang. Studi ini diharapkan bisa memberikan wawasan penting mengenai praktik unggul dalam menangani risiko di industri makanan dan minuman yang kompetitif, serta pemahaman tentang peran manajemen risiko dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

Kata Kunci: Manajemen Risiko, Kinerja Perusahaan, Analisis SWOT

ANALYSIS OF IMPLEMENTATION OF RISK MANAGEMENT IN IMPROVING COMPANY PERFORMANCE AT PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR USING SWOT

ABSTRACT

In an era of globalization and increasingly fierce business competition, manufacturing companies, especially those in the food and beverage sector, face a variety of complex challenges. PT Indofood Sukses Makmur Tbk, one of the largest instant noodle manufacturers in Indonesia, faces various challenges from economic, political, industrial, commercial, and social aspects. This study aims to analyze the implementation of risk management at PT Indofood using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) approach. SWOT analysis serves to identify internal factors, including the company's strengths and weaknesses, as well as external factors, including opportunities and threats in the business environment. The integration of risk management and SWOT analysis helps companies develop strategies that are responsive to threats and proactive in exploiting opportunities. This study is expected to provide important insights into best practices in risk management in the competitive food and beverage industry, as well as an understanding of the role of risk management in improving company performance.

Keywords: Risk Management, Company Performance, SWOT Analysis

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan kompetisi bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian. Perusahaan manufaktur, terutama dalam sektor makanan dan minuman, menghadapi serangkaian tantangan kompleks seperti fluktuasi harga bahan baku, perubahan preferensi konsumen, persaingan pasar yang ketat, regulasi pemerintah yang terus berubah, dan dampak kondisi ekonomi makro baik di dalam negeri maupun global. Situasi ini mengharuskan perusahaan untuk memiliki sistem manajemen yang efisien dalam mengelola berbagai risiko yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan organisasi dan kelangsungan usaha jangka panjang.

Manajemen risiko kini telah menjadi elemen esensial dalam pengelolaan perusahaan masa kini yang tidak hanya memusatkan perhatian pada identifikasi dan pengurangan bahaya, tetapi juga pada pemanfaatan peluang guna meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan. Implementasi manajemen risiko yang terencana dan teratur memungkinkan perusahaan untuk memperkirakan kemungkinan kehilangan, mengurangi efek buruk dari peristiwa yang tidak diinginkan, serta meningkatkan proses pengambilan keputusan strategis dalam mencapai tujuan bisnis yang telah ditentukan. Dalam ranah perusahaan publik yang terdaftar di bursa efek, penerapan manajemen risiko menjadi semakin penting mengingat adanya kebutuhan akan transparansi dan akuntabilitas kepada para pemangku kepentingan seperti investor, kreditur, regulator, dan masyarakat umum.

PT Indofood Sukses Makmur Tbk adalah salah satu perusahaan terkemuka dan paling berpengaruh di Indonesia yang beroperasi di sektor industri makanan olahan. Perusahaan ini terkenal memiliki struktur bisnis yang terintegrasi secara vertikal, meliputi beberapa lini usaha utama, yaitu barang konsumen bermerek (branded consumer goods), Bogasari yang memfokuskan diri pada produksi tepung terigu, agribisnis, dan layanan distribusi. Dengan integrasi itu, Indofood dapat mengelola hampir seluruh rantai nilai produksinya dari pengadaan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi produk kepada konsumen akhir. Didirikan pada 14 Agustus 1990 dengan nama awal PT Panganjaya Intikusuma, perusahaan ini secara resmi berubah nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada 5 Februari 1994. Seiring waktu, Indofood tumbuh menjadi salah satu perusahaan makanan terkemuka di Indonesia dan Asia Tenggara, dengan produk-produk yang telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia.

Salah satu bidang yang memberikan sumbangan terbesar terhadap pendapatan perusahaan adalah sektor mie instan. Dengan merek-merek terkenal seperti Indomie, Supermi, dan Sarimi, Indofood berhasil mendominasi pasar mie instan lokal dan menembus pasar global. Produk-produk tersebut tidak hanya populer karena rasanya yang unik, tetapi juga karena kualitas yang konsisten dan inovasi yang terus-menerus dilakukan oleh perusahaan. Selain mie instan, Indofood juga menghasilkan berbagai macam makanan dan minuman lain seperti biskuit, snack ringan, saus, margarin, minyak goreng, tepung terigu, makanan bayi, bumbu instan, dan minuman siap saji. Keragaman produk ini memperkuat posisi Indofood sebagai perusahaan dengan portofolio yang luas dan mampu mengakses berbagai segmen pasar.

Untuk mendukung kegiatan operasionalnya, Indofood memiliki beragam fasilitas produksi yang terletak di berbagai daerah di Indonesia, termasuk salah satu pabrik besar yang berada di Jakarta. Penempatan pabrik ini memungkinkan perusahaan untuk mempertahankan efisiensi logistik, menjamin kestabilan pasokan produk, dan memperluas cakupan distribusi di seluruh Indonesia. Dengan menerapkan strategi bisnis yang kokoh, efisiensi operasional, dan inovasi produk yang terus-menerus, PT Indofood Sukses Makmur Tbk berhasil menjaga posisi sebagai pemimpin pasar di sektor makanan olahan nasional dan menjadi salah satu simbol keberhasilan industri manufaktur di Indonesia (Soesanto et al., 2023).

Sebagai salah satu perusahaan terkemuka di Indonesia yang beroperasi di bidang makanan dan minuman, PT Indofood Sukses Makmur Tbk menghadapi berbagai risiko yang kompleks dan bervariasi. Perusahaan dengan jaringan bisnis yang luas dan melibatkan banyak pihak pasti menghadapi tantangan lebih besar dalam mempertahankan kelangsungan operasionalnya. Risiko-risiko ini dapat timbul dari faktor internal seperti kesalahan dalam operasi, efisiensi pembuatan, atau pengelolaan sumber daya manusia, serta dari faktor eksternal seperti perubahan peraturan, situasi politik, fluktuasi ekonomi, hingga dinamika sosial dalam masyarakat. Semakin besar ukuran perusahaan, semakin rumit pula risiko yang perlu dihadapi, karena operasi bisnis yang luas membuka lebih banyak kemungkinan gangguan pada rantai pasok serta kestabilan perusahaan (Putri, 2021). Situasi ekonomi dan politik yang senantiasa berubah juga menghadirkan tantangan tersendiri bagi Indofood dalam mempertahankan kinerjanya. Implementasi sistem pengelolaan risiko yang efektif memungkinkan perusahaan untuk mengenali ancaman yang mungkin terjadi, mengevaluasi dampaknya, serta melakukan tindakan mitigasi yang relevan.

Lebih lanjut, pengimplementasian manajemen risiko bukan hanya sekadar cara untuk menghindari kerugian, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis untuk meningkatkan nilai perusahaan serta kepercayaan para pemegang saham. Dengan pengelolaan risiko yang sistematis, pemimpin perusahaan dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang potensi kerugian yang mungkin terjadi di masa mendatang dan merumuskan strategi untuk mengatasinya. Ini memungkinkan Indofood untuk tetap bersaing di pasar, mempertahankan kinerja keuangan, serta memperkuat manajemen perusahaan. Dengan sistem manajemen risiko yang terpadu di semua unit bisnis, perusahaan dapat mengoptimalkan proses pengambilan keputusan, mengurangi ketidakpastian, dan meningkatkan efektivitas operasional (Yoewono dan Prasetyo, 2022).

Pendekatan analisis SWOT yang merupakan singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats telah lama diakui sebagai alat analisis strategis yang efisien dalam membantu organisasi mengerti posisi kompetitifnya dan merancang strategi yang sesuai. Dalam konteks manajemen risiko, analisis SWOT menyediakan kerangka kerja yang terstruktur untuk mengenali faktor-faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan perusahaan, serta faktor-faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan dalam lingkungan bisnisnya. Integrasi manajemen risiko dengan analisis SWOT memungkinkan perusahaan untuk merumuskan strategi yang tidak hanya tanggap terhadap ancaman, tetapi juga aktif dalam memanfaatkan peluang yang ada guna meningkatkan kinerja organisasi. Analisis SWOT sangat penting untuk menilai penerapan manajemen risiko di Indofood, karena dapat memberikan pemahaman menyeluruh mengenai kemampuan internal perusahaan dalam menangani risiko, mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki, serta menggambarkan situasi eksternal yang dapat berdampak pada efektivitas sistem manajemen risiko yang sudah diterapkan.

Penelitian ini relevan karena pentingnya pemahaman tentang penerapan prinsip-prinsip manajemen risiko oleh perusahaan besar seperti PT Indofood Sukses Makmur Tbk dalam operasionalnya dan bagaimana penerapannya berkontribusi terhadap peningkatan kinerja perusahaan yang terukur melalui berbagai indikator, baik finansial maupun non-finansial. Penelitian komprehensif mengenai pengelolaan risiko di Indofood dengan pendekatan SWOT diharapkan mampu memberikan informasi berharga bagi pelaku bisnis, akademisi, dan pemangku kepentingan lainnya terkait praktik terbaik dalam mengatasi risiko di sektor makanan dan minuman yang sangat kompetitif.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Risiko

Risiko merupakan Potensi ancaman (mengindikasikan hasil negatif atau hasil positif) atau peluang, kerugian, dampak, atau kerugian lainnya yang merugikan. (Kamus Bahasa Inggris) Risiko (dianalisis berdasarkan konsekuensi dan probabilitas) adalah sebuah ketidakpastian mengenai munculnya peristiwa yang dapat memengaruhi pencapaian tujuan. ((The Institute of Internal Auditors (IIA))). Risiko merupakan gabungan dari kemungkinan terjadinya suatu peristiwa dan dampaknya (dari yang menguntungkan hingga yang merugikan). (Institute of Risk Management (IRM)). Risiko merupakan akibat dari ketidakpastian terhadap tujuan. ((Organisasi Standar Internasional (ISO) 31000:2009 (SNI ISO 31000:2011))). Risiko merupakan kemungkinan kerugian yang timbul akibat terjadinya suatu peristiwa Keuangan (POJK) tertentu. Jasa (Regulasi Otoritas No.18/POJK.3/2016 tanggal 22 Maret 2016).

Manajemen risiko adalah elemen penting dalam dunia bisnis saat ini karena berperan dalam mempersiapkan perusahaan untuk menghadapi berbagai kemungkinan ancaman yang dapat menyebabkan kerugian. Dengan penerapan manajemen risiko yang efisien, perusahaan dapat mengidentifikasi, menganalisis, dan mengelola berbagai jenis risiko yang mungkin muncul sepanjang aktivitas operasional. Pendekatan ini tidak hanya menjaga perusahaan dari efek buruk, tetapi juga mendukung penciptaan dasar yang kokoh untuk perkembangan yang berkelanjutan. Oleh karena itu, manajemen risiko dapat dilihat sebagai pendekatan proaktif untuk menjaga stabilitas dan kelangsungan bisnis di tengah ketidakpastian lingkungan usaha yang dinamis (Rahmadanis et al., 2023).

Definisi lainnya menyebutkan bahwa manajemen risiko merupakan pendekatan strategis yang mencakup upaya untuk mengidentifikasi, mengukur, memantau, serta mengendalikan risiko di berbagai bidang operasional, strategis, dan keuangan organisasi. Manajemen risiko merupakan sarana krusial untuk mempertahankan kestabilan organisasi dalam menghadapi ketidakpastian dari lingkungan eksternal yang menyoroti signifikansi pendekatan menyeluruh yang melibatkan semua divisi dan pemangku kepentingan dalam organisasi (Kaplan dan Mikes, 2021).

Manajemen risiko bertujuan untuk mengurangi kemungkinan terjadinya risiko atau dampak yang dapat memengaruhi organisasi. Risiko bisa berasal dari ancaman internal seperti kesalahan manusia atau kerusakan peralatan, serta ancaman eksternal seperti perubahan peraturan atau bencana alam. Hal ini menegaskan bahwa manajemen risiko adalah bagian yang tak terpisahkan

dari strategi organisasi yang mendukung pengambilan keputusan yang tepat (Jones dan Hillson, 2020).

Dengan penerapan manajemen risiko yang efektif, perusahaan mampu mengantisipasi berbagai sumber, tingkat dampak, serta kemungkinan kerugian yang dapat timbul akibat kejadian tak terduga. Di samping itu, manajemen risiko memiliki peran krusial dalam menciptakan dasar yang kokoh untuk meminimalkan kemungkinan kerugian, mengoptimalkan biaya yang berhubungan dengan risiko, serta menjamin pemanfaatan sumber daya secara efektif. Selain itu, proses ini juga mendukung perusahaan dalam menilai efektivitas manajemen risiko internal dibandingkan dengan pilihan perlindungan eksternal, seperti yang ditawarkan oleh perusahaan asuransi. Oleh karena itu, manajemen risiko tidak hanya berperan sebagai alat pengawas, tetapi juga sebagai fondasi penting dalam proses pengambilan keputusan strategis, terutama dalam memperkirakan kemungkinan kerugian dan menetapkan tindakan mitigasi yang paling tepat. (Hastin Nuraini, 2022)

Kinerja Perusahaan

Kinerja suatu perusahaan adalah hasil yang dicapai oleh perusahaan dalam waktu tertentu sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Untuk mencapai tujuan perusahaan, kinerja perusahaan adalah hal yang sangat krusial. Pengukuran kinerja perusahaan bertujuan untuk menilai bagaimana kinerja aktivitas dan hasil yang diperoleh. Penilaian kinerja adalah suatu cara untuk merefleksikan kewajiban dan tanggung jawab dalam melaporkan kinerja, aktivitas, serta sumber daya yang telah digunakan, diperoleh, dan dilaksanakan. (Yuliansyah, Y. 2020)

Manajemen kinerja adalah strategi krusial untuk meningkatkan produktivitas kerja individu dan kelompok dalam suatu organisasi. Manajemen kinerja adalah proses rutin yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja karyawan, baik secara individu maupun tim, dalam organisasi. Dengan menetapkan sasaran yang spesifik, menilai pencapaian, memberikan masukan, dan mengembangkan potensi karyawan, manajemen kinerja dapat menjadi instrumen strategis yang membantu sebuah organisasi mencapai tujuannya. Peran kinerja tidak hanya berfokus dan terbatas pada penilaian hasil kerja pegawai, tetapi juga mencakup pengembangan budaya organisasi yang baik dan berorientasi pada hasil. (Rizal & Hidayatullah 2025).

kinerja perusahaan dilakukan dengan metode Balanced Scorecard yang mencakup empat sudut pandang: keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, serta pembelajaran dan pertumbuhan. Mario Rumangu, Hendrik Manossoh, dan Sintje Rondonuwu (2023)

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah kajian yang diperkenalkan oleh Albert Humphrey pada periode 1960-1970. SWOT adalah singkatan dari kata kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Freddy Rangkuti menyatakan bahwa Analisis SWOT ini secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor untuk merancang strategi perusahaan. SWOT ini pada dasarnya dapat mengoptimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) serta dapat mengurangi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Dalam merumuskan strategi perusahaan, perlu dilakukan pengembangan misi, tujuan, strategi, dan kebijakan perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi internal serta eksternal, karena ini akan menjadi acuan untuk perencanaan strategi di masa depan.

Konsep Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dipakai untuk menilai faktor-faktor internal dan eksternal dari sebuah entitas. Metode ini memungkinkan pengenalan faktor-faktor positif dan negatif serta peluang dan risiko yang dapat menjadi fondasi bagi strategi pengembangan (Prayudi & Yulistria, 2020):

1. Kekuatan (*strengths*). Dari sini kita dapat memahami sejauh mana faktor-faktor yang menjadi kekuatan dalam bisnis atau proyek yang sedang kita jalani.
2. Kelemahan (*weakness*). Dari sini kita dapat mengevaluasi sejauh mana faktor-faktor yang menjadi kelemahan dalam bisnis atau proyek yang sedang kita jalani.
3. Peluang (*opportunities*). Dari sini kita dapat menilai sejauh mana faktor-faktor yang telah menjadi peluang dalam bisnis atau proyek yang sedang kita jalani.
4. Ancaman (*threats*). Dari sini kita bisa mengukur sejauh mana faktor-faktor yang menjadi ancaman dalam bisnis atau proyek yang sedang kita jalani.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini adalah dengan menggabungkan dua pendekatan utama yaitu kajian pustaka dan metode analisis deskriptif kualitatif yang

menitikberatkan pada analisis penerapan manajemen risiko di PT Indofood Sukses Makmur Tbk dengan menggunakan pendekatan SWOT.

Kajian Pustaka

Kajian ini sepenuhnya memanfaatkan data sekunder yang diperoleh dari beragam sumber seperti jurnal ilmiah, penelitian sebelumnya, dan literatur terkait yang relevan dengan topik manajemen risiko serta analisis SWOT. Data yang dikumpulkan dianalisis secara terstruktur untuk menemukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang mempengaruhi perusahaan. Kajian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman konseptual dan teoritis sebagai dasar dalam menganalisis data yang terkumpul sehingga setiap penemuan dan kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Hasil analisis selanjutnya dimanfaatkan untuk menunjukkan bagaimana penggabungan manajemen risiko dengan pendekatan analisis SWOT dapat mendukung perusahaan dalam merancang strategi yang efisien untuk meningkatkan kinerja perusahaan di tengah persaingan sektor makanan dan minuman yang semakin ketat.

Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif kualitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pada interpretasi dan pemahaman yang mendalam terhadap data yang didapat, bukan hanya sekadar penyajian angka. Pendekatan ini dimanfaatkan untuk menjelaskan secara menyeluruh penerapan manajemen risiko di PT Indofood Sukses Makmur Tbk dalam rangka meningkatkan kinerja perusahaan. Data penelitian dikumpulkan melalui kajian pustaka, laporan tahunan perusahaan, serta penelitian sebelumnya yang relevan. Analisis dilakukan dengan metode SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) untuk mengenali faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi implementasi manajemen risiko. Metode ini bertujuan untuk menganalisis hasil SWOT secara mendalam dengan memahami keterkaitan antara manajemen risiko dan performa perusahaan, serta memberikan rekomendasi strategis untuk peningkatan efektivitas pengelolaan risiko secara berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Sebagai salah satu produsen makanan dan minuman terkemuka di Indonesia, PT Indofood Sukses Makmur Tbk telah menjadi bukti nyata penerapan sistem manajemen risiko yang efisien dalam menjaga kesinambungan bisnis dan meningkatkan kinerja perusahaan di tengah ketidakpastian pasar global. Didirikan pertama kali pada 14 Agustus 1990 dengan nama PT Panganjaya Intikusuma oleh Sudono Salim, kemudian diubah namanya menjadi PT Indofood Sukses Makmur Tbk pada 5 Februari 1994, perusahaan ini tumbuh pesat menjadi pemimpin utama dalam industri makanan olahan. Melalui empat pilar bisnis utama Produk Bermerek Konsumen, Pabrik Tepung Bogasari, Agribisnis, dan Distribusi Indofood menciptakan sistem produksi terpadu dari hulu ke hilir, yang menjadi kekuatan dan juga sumber risiko operasional yang kompleks.

Perusahaan yang bisa menjaga dan meningkatkan kualitas produknya agar tetap bersaing di masa depan harus memiliki pemahaman mendalam tentang pentingnya penerapan manajemen risiko di setiap aspek operasional. Kesadaran ini harus ditanamkan pada seluruh karyawan agar setiap kegiatan yang dilakukan memiliki pertimbangan risiko yang baik. Tanpa penerapan manajemen risiko yang efektif, perusahaan menjadi sangat rentan terhadap berbagai masalah, seperti kehilangan aset, ketidaksesuaian antara produk yang dibuat dengan yang dipasarkan, hingga penurunan kualitas barang yang berujung pada ketidakpuasan pelanggan. Keadaan tersebut dapat mengakibatkan kerugian baik secara finansial maupun reputasional yang besar bagi perusahaan. (Yuswardi et al., 2022).

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran kinerja tidak hanya ditentukan oleh strategi bisnis yang digunakan, tetapi juga oleh seberapa baik manajemen dapat mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengelola risiko yang mungkin muncul dalam setiap aspek operasional. Manajemen risiko berperan strategis dalam mendukung organisasi mengatasi ketidakpastian bisnis, mengurangi kemungkinan kerugian, serta memastikan perusahaan beroperasi sesuai dengan tujuan dan harapan para pemangku kepentingan. Dengan kata lain, penerapan manajemen risiko yang tepat menjadi faktor utama untuk mencapai kinerja yang stabil dan berkelanjutan di tengah perubahan lingkungan bisnis yang terus berlangsung. (Nelly, Siregar, & Sugianto, 2022).

Penerapan Manajemen Risiko Dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan

Implementasi manajemen risiko di PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan tindakan strategis yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan serta meningkatkan kinerja perusahaan. Indofood, yang merupakan salah satu produsen terkemuka dalam sektor makanan dan minuman di Indonesia, menghadapi berbagai macam risiko dari segi ekonomi, operasional, reputasi, dan lingkungan. Oleh karena itu, untuk menghadapi kompleksitas tersebut, Indofood menerapkan Enterprise Risk Management (ERM) secara komprehensif, merujuk pada kerangka ISO 31000:2018. Metode ini bertujuan untuk mengenali, mengukur, mengevaluasi, mengurangi, dan memantau risiko yang dapat berdampak pada pencapaian tujuan perusahaan. Divisi *Risk Management* berkolaborasi dengan Komite dengan *Audit Committee* dan *Board of Commissioners* dalam melaksanakan penilaian risiko secara rutin, meliputi risiko strategis, operasional, keuangan, hukum, dan reputasi. Teknologi digital digunakan dalam sistem ini untuk memantau risiko secara real time di semua sektor bisnis

perusahaan harus memastikan bahwa sistem manajemen risiko terintegrasi di semua lini bisnis dan dalam proses pengambilan keputusan strategis. Manajemen risiko di Indofood dilaksanakan melalui langkah-langkah terstruktur yang mencakup identifikasi, pengukuran, evaluasi, mitigasi, serta pemantauan risiko. Dalam tahap identifikasi risiko, perusahaan melakukan penggambaran terhadap berbagai sumber risiko yang berasal dari faktor internal maupun eksternal. Contohnya, risiko internal meliputi kerusakan mesin produksi, kesalahan dari manusia, atau kebocoran data; sementara risiko eksternal bisa berupa perubahan harga bahan baku impor, perubahan peraturan pemerintah, dan gangguan dalam rantai pasokan global.

Setelah risiko diidentifikasi, tahap pengukuran risiko dilakukan dengan mengevaluasi kemungkinan (probabilitas) dan dampak dari masing-masing risiko terhadap kelangsungan operasional dan finansial perusahaan. Selanjutnya, dilakukan evaluasi risiko untuk mengidentifikasi tingkat kemungkinan dan pengaruhnya terhadap pencapaian sasaran organisasi. Berdasarkan analisis tersebut, Indofood menetapkan risiko yang harus segera ditangani sebagai prioritas. Dalam tahap evaluasi dan mitigasi, perusahaan mengembangkan rencana pencegahan seperti penerapan sistem pengawasan produksi yang berbasis teknologi, diversifikasi sumber bahan baku, serta perlindungan finansial melalui asuransi dan instrumen keuangan lainnya. Indofood juga melaksanakan audit internal yang terus-menerus untuk memastikan kepatuhan terhadap kebijakan risiko dan standar kualitas perusahaan.

Manajemen risiko berperan tidak hanya sebagai perlindungan terhadap kemungkinan kerugian, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja finansial perusahaan. Contohnya, Indofood secara proaktif menangani risiko perubahan nilai tukar dan harga bahan baku global dengan menerapkan strategi hedging serta kontrak jangka panjang dengan para pemasok. Dengan cara ini, Indofood dapat mempertahankan kestabilan biaya produksi meskipun harga komoditas dunia seperti gandum, minyak sawit, dan gula mengalami fluktuasi. Data laporan keuangan Indofood tahun 2024 mencerminkan bahwa meskipun ada tekanan biaya akibat inflasi global, laba operasi perusahaan tetap meningkat sebesar 7,2% dibandingkan tahun lalu. Ini menunjukkan bahwa penerapan manajemen risiko memberikan pengaruh langsung terhadap kinerja keuangan dan stabilitas perusahaan.

Di samping itu, pengelolaan risiko di Indofood juga dilakukan dalam bidang keamanan pangan dan citra merek, dua aspek krusial dalam industri makanan. Dengan sertifikasi ISO, HACCP, dan sistem pengendalian mutu internal, Indofood mengurangi risiko produk tidak sesuai standar yang dapat merusak kepercayaan konsumen. Setiap potensi risiko kualitas dikelola melalui sistem pengawasan berbasis teknologi di pabrik-pabrik Indofood yang berada di seluruh Indonesia. Pelaksanaan ini mendukung peningkatan kepercayaan konsumen, memperkuat reputasi merek, serta menjaga loyalitas pasar lokal dan internasional.

Implementasi manajemen risiko yang konsisten terbukti dapat meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek utama. Pertama, dari perspektif efisiensi operasional, manajemen risiko mendukung perusahaan dalam menekan biaya yang timbul akibat kerugian operasional dan kesalahan produksi. Contohnya, dengan memantau secara ketat rantai pasok, perusahaan mampu mencegah keterlambatan dalam produksi dan kerusakan pada bahan baku. Kedua, dari perspektif keuangan, perusahaan mampu menjaga stabilitas arus kas dan menghindari variasi besar yang dapat merugikan pemegang saham. Ketiga, dalam hal reputasi dan level kepercayaan konsumen, penerapan manajemen yang efisien membantu Indofood dalam mempertahankan standar kualitas dan keamanan produk yang tinggi, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan dan reputasi merek di hadapan masyarakat.

Penerapan manajemen risiko juga mengharuskan terbentuknya budaya kesadaran risiko (*risk awareness culture*) di seluruh organisasi. Indofood menekankan pentingnya kesadaran setiap karyawan menyadari terhadap potensi risiko di tempat kerja mereka. Melalui pelatihan teratur dan komunikasi yang transparan, semua departemen didorong untuk berperan aktif dalam

mengenali potensi masalah dan mencari solusi sejak awal. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Nelly, Siregar, dan Sugianto (2022), yang menyebutkan bahwa kinerja perusahaan dapat ditingkatkan dengan sukses tergantung pada seberapa baik organisasi mengintegrasikan manajemen risiko dalam setiap aspek strategis dan operasionalnya. Lebih dalam lagi, manajemen risiko tidak hanya berfungsi untuk menghindari kerugian, tetapi juga sebagai sarana penciptaan nilai (value creation). Dengan keahlian dalam mengidentifikasi risiko dan peluang secara bersamaan, Indofood dapat membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam hal investasi, pengembangan produk baru, serta ekspansi pasar internasional. Contohnya, untuk mengatasi risiko perubahan harga bahan baku gandum, Indofood menerapkan strategi mitigasi dengan memperkuat divisi agribisnisnya agar pasokan bahan baku lokal tetap aman. Metode ini tidak hanya menurunkan ketergantungan impor, tetapi juga meningkatkan efisiensi biaya serta daya saing untuk jangka panjang.

Oleh karena itu, penerapan manajemen risiko yang menyeluruh memberikan dampak nyata terhadap peningkatan kinerja finansial (financial performance), kinerja operasional (operational performance), dan kinerja strategis (strategic performance) Indofood. Paduan antara manajemen risiko, pemanfaatan kesempatan, dan peningkatan efisiensi operasional menjadi dasar krusial untuk mempertahankan keberlangsungan dan daya saing perusahaan di tengah pasar global yang kompetitif.

Analisis Manajemen Risiko Dengan Menggunakan Pendekatan SWOT

Analisis SWOT adalah alat strategis yang dipakai untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal perusahaan secara komprehensif. Dalam manajemen risiko, penerapan analisis SWOT di PT Indofood Sukses Makmur Tbk sangat penting untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang dapat memengaruhi efektivitas implementasi sistem manajemen risiko. Dengan mengenali aspek Kekuatan (strengths), Kelemahan (weaknesses), Peluang (opportunities), dan Ancaman (threats), perusahaan mampu merancang langkah mitigasi yang lebih efektif serta strategi pengembangan yang fokus pada keberlanjutan usaha. Dengan memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, Indofood dapat merumuskan strategi yang lebih efisien dalam mengatasi risiko yang dihadapi perusahaan.

1. Kekuatan (*Strengths*)

PT Indofood memiliki sejumlah kekuatan utama yang menjadi bekal dalam menghadapi berbagai risiko usaha. Reputasi merek yang sangat baik, jaringan distribusi yang luas di seluruh Indonesia, serta kemampuan produksi yang besar dan efisien adalah kekuatan internal yang penting. Dengan memiliki kumpulan produk yang beragam seperti mie instan, biskuit, minuman, minyak sayur, dan tepung, Indofood dapat mendistribusikan risiko usahanya dan tidak bergantung pada satu jenis produk saja. Diversifikasi ini merupakan manifestasi konkret dari strategi pengelolaan risiko yang efisien dalam menghadapi ketidakpastian pasar. Di samping itu, penerapan sistem manajemen mutu dan keamanan pangan yang ketat juga merupakan kekuatan utama dalam mempertahankan kepercayaan konsumen serta mengurangi risiko reputasi. Pemanfaatan teknologi terkini dalam proses produksi dan pengendalian kualitas mengurangi peluang munculnya produk bermasalah yang dapat mengakibatkan kerugian finansial maupun reputasi merek.

2. Kelemahan (*Weaknesses*)

Walaupun memiliki kekuatan besar, Indofood tetap menghadapi beberapa kelemahan yang dapat meningkatkan risiko potensial. Salah satu faktornya adalah ketergantungan pada bahan baku dari luar negeri, seperti gandum, yang harganya sangat dipengaruhi oleh keadaan pasar internasional dan nilai tukar rupiah. Ketergantungan ini menjadikan perusahaan sensitif terhadap risiko keuangan dan fluktuasi harga. Di samping itu, tingginya biaya logistik dan distribusi yang disebabkan oleh besarnya wilayah Indonesia juga merupakan tantangan tersendiri bagi efektivitas operasional. Dari segi manajemen, kerumitan struktur organisasi Indofood yang terdiri dari beragam unit bisnis dapat menimbulkan risiko dalam hal koordinasi dan keterlambatan dalam pengambilan keputusan strategis. Karena itu, Indofood harus terus meningkatkan efisiensi komunikasi internal dan memperkuat pengawasan risiko di masing-masing unit usaha.

3. Peluang (*Opportunities*)

Dari perspektif eksternal, Indofood memiliki potensi besar untuk memperluas pasar global. Permintaan internasional untuk produk makanan cepat saji dan praktis terus bertumbuh, terutama di wilayah Asia dan Afrika. Kesempatan lain timbul dari meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap makanan sehat, yang bisa menjadi

peluang bagi Indofood untuk berinovasi dalam menciptakan produk yang lebih bergizi dan ramah lingkungan. Di samping itu, perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi perusahaan untuk mengoptimalkan pemasaran online (*digital marketing*), meningkatkan efisiensi logistik *big data* dan *smart supply chain management*, serta mempercepat identifikasi risiko melalui sistem informasi manajemen risiko berteknologi.

4. Ancaman (*Threats*)

Ancaman utama yang dihadapi Indofood berasal dari persaingan industri yang sangat ketat, baik dari perusahaan domestik maupun pabrikan asing. Di samping itu, perubahan peraturan pemerintah mengenai keamanan pangan, kebijakan impor, dan masalah lingkungan juga dapat berdampak pada biaya produksi serta kelancaran distribusi barang. Indofood juga menghadapi risiko reputasi jika terjadi masalah negatif seperti kontaminasi produk atau pelanggaran etika bisnis yang dapat mengurangi kepercayaan masyarakat. Faktor lingkungan dan sosial seperti perubahan iklim serta kebutuhan akan keberlanjutan juga merupakan ancaman jangka panjang. Indofood harus memastikan bahwa praktik bisnisnya sesuai dengan prinsip *Environmental, Social, and Governance (ESG)* guna meminimalkan risiko reputasi dan menjaga keberlangsungan usaha.

SWOT

<p>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ekspansi pasar Ekspor 2. Produk sehat dan inovatif 3. Transformasi Digital 	<p>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan global meningkat 2. Fluktuasi ekonomi dan kurs 3. Perubahan regulasi pangan
<p>Peluang (<i>Opportunities</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Merek kuat 2. Jaringan distribusi luas 3. Sistem manajemen risiko 4. Teknologi dikital 	<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketergantungan bahan impor 2. Kompleksitas oprasional 3. Biaya logistic tinggi

Analisis SWOT PT Indofood Sukses Makmur Tbk mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki basis kekuatan yang sangat solid dalam menghadapi risiko, namun harus tetap berhati-hati terhadap ancaman eksternal dan kelemahan internal yang dapat berdampak pada kinerjanya. Kekuatan utama Indofood bersumber dari reputasi merek yang kuat di masyarakat, jaringan distribusi yang luas ke seluruh penjuru Indonesia, dan sistem produksi yang terintegrasi dari awal hingga akhir. Semua ini membuat perusahaan lebih kuat dalam menghadapi perubahan pasar, gangguan pasokan, serta perubahan perilaku konsumen.

Akan tetapi, keterbatasan seperti ketergantungan pada bahan baku yang diimpor dan kerumitan dalam rantai pasok tetap menjadi risiko operasional yang bisa mengganggu efisiensi serta profitabilitas jika tidak ditangani dengan baik. Kesempatan signifikan bagi Indofood muncul dari kecenderungan pasar global terhadap produk sehat, pelebaran ke pasar internasional, serta digitalisasi dalam sistem produksi dan distribusi yang dapat memperkuat manajemen risiko sambil mendorong inovasi. Sebaliknya, tantangan dari luar seperti persaingan sengit dengan produsen domestik dan internasional, perubahan peraturan di bidang pangan, serta fluktuasi ekonomi global memaksa Indofood untuk selalu menyesuaikan dan memperbaharui strategi manajemen risikonya.

Strategi Integrasi SWOT dan Manajemen Risiko

Integrasi strategi antara analisis SWOT dan manajemen risiko di PT Indofood Sukses Makmur Tbk adalah pendekatan strategis yang fokus pada keberlanjutan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang kian kompleks. Berdasarkan hasil analisis SWOT, perusahaan dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk merespons peluang eksternal serta memprediksi beragam ancaman yang dapat mengganggu stabilitas operasional. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada identifikasi risiko, tetapi juga menggabungkan proses mitigasi dalam perencanaan strategis perusahaan secara menyeluruh. Strategi ini mencakup empat pendekatan utama:

1. Strategi SO (Strengths–Opportunities)

Indofood bisa menggunakan kekuatan internalnya seperti posisi pasar yang kuat, jaringan distribusi yang luas, dan kapasitas produksi yang besar untuk memanfaatkan peluang ekspansi di pasar regional maupun internasional. Dengan mendigitalisasi sistem manajemen risiko, perusahaan mampu memperbaiki efisiensi dalam pengawasan dan

pengendalian risiko sepanjang rantai pasok. Diversifikasi produk harus diarahkan untuk mengikuti tren gaya hidup sehat, seperti peluncuran produk rendah gula, rendah lemak, dan kaya nutrisi. Strategi ini tidak hanya mengurangi risiko penurunan permintaan disebabkan oleh perubahan selera konsumen, tetapi juga memperkuat reputasi Indofood sebagai produsen makanan yang sehat dan inovatif.

2. Strategi WO (Weaknesses–Opportunities)

Untuk mengatasi kelemahan seperti ketergantungan pada bahan baku luar negeri, Indofood dapat menjalin kemitraan strategis dengan pemasok lokal dan internasional yang berkomitmen jangka panjang. Selain itu, kesempatan digitalisasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan efisiensi rantai pasokan dan memperkuat koordinasi antar unit bisnis. Pemanfaatan teknologi seperti *Enterprise Risk Management System (ERMS)* akan mendukung perusahaan dalam mengidentifikasi, menilai, dan mengatur risiko secara langsung. Strategi ini juga memperkuat budaya risiko di seluruh organisasi supaya setiap divisi memiliki kesadaran dan tanggung jawab yang serupa terhadap risiko yang mungkin terjadi.

3. Strategi ST (Strengths–Threats)

Dalam menghadapi ancaman persaingan industri yang semakin ketat, Indofood dapat memanfaatkan kekuatan merek serta loyalitas pelanggan untuk menjaga pangsa pasar dengan inovasi produk dan strategi pemasaran yang agresif. Infrastruktur produksi yang terdistribusi di berbagai daerah di Indonesia dapat berfungsi sebagai penopang terhadap ancaman bencana alam atau masalah distribusi lokal. Dengan adanya tenaga kerja yang terampil dan sistem manajemen yang teruji, Indofood juga mampu memperkuat sistem respons darurat serta mengembangkan cadangan logistik untuk memastikan kelancaran pasokan.

4. Strategi WT (Weaknesses–Threats)

Agar dapat mengatasi risiko keuangan akibat fluktuasi nilai tukar dan harga bahan baku, Indofood harus merancang program *hedging* atau perlindungan nilai. Strategi ini mendukung perusahaan dalam menstabilkan pengeluaran produksi dan menjaga margin laba. Di samping itu, Indofood harus memperkuat pemahaman mengenai manajemen risiko di semua tingkatan organisasi lewat pelatihan, sosialisasi, dan simulasi penanganan

krisis. Tahapan ini krusial agar perusahaan bisa lebih siap dalam menghadapi perubahan regulasi, kondisi pasar yang tidak stabil, serta kebutuhan akan keberlanjutan lingkungan.

Strategi Integrasi	Fokus Strategi	Tujuan Manajemen Risiko	Implementasi Strategi
SO (<i>Strengths - Opportunities</i>)	Memanfaatkan kekuatan internal untuk menangkap peluang eksternal	Meingkatkan citra merek, digitalisasi dan diverifikasi produk menangkap peluang eksternal	<ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan kekuatan merek dan jaringan distribusi yang luas untuk memperluas pasar baik secara regional maupun global.. - Menerapkan digitalisasi sistem manajemen risiko (<i>Enterprise Risk Management System</i>) untuk efisiensi pengawasan risiko. - Diversifikasi produk ke segmen sehat dan bergizi untuk mengikuti tren konsumen.
WO (<i>Weaknesses - Opportunities</i>)	Mengatasi kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal	Meningkatkan efisiensi dan memperkuat budaya risiko organisasi	<ul style="list-style-type: none"> - Meminimalkan ketergantungan terhadap bahan baku impor melalui kolaborasi strategis dengan penyedia lokal. - Memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan koordinasi dan pengawasan risiko antar divisi. - Membangun sistem pelaporan risiko secara terintegrasi untuk meningkatkan transparansi dan mempercepat respon.
ST (<i>Strengths - Threats</i>)	Menggunakan kekuatan untuk mengantisipasi ancaman	Meminimalkan dampak ancaman melalui inovasi dan keunggulan	<ul style="list-style-type: none"> - Memanfaatkan kekuatan merek dan loyalitas pelanggan untuk menghadapi persaingan ketat. - Mengoptimalkan infrastruktur

	eksternal	operasional	produksi yang terdistribusi untuk mengurangi risiko bencana dan gangguan distribusi. - Meningkatkan inovasi produk dan strategi pemasaran yang fleksibel terhadap perubahan pasar.
WT (<i>Weaknesses - Threats</i>)	Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman eksternal	Meningkatkan ketahanan perusahaan terhadap fluktuasi pasar dan regulasi	- Menerapkan strategi <i>hedging</i> untuk mengurangi risiko fluktuasi harga komoditas dan nilai tukar. - Meningkatkan pelatihan dan kesadaran manajemen risiko di seluruh level organisasi. - Mengembangkan protokol adaptif untuk menanggapi perubahan regulasi dan situasi ekonomi global.

Dengan penerapan strategi integrasi ini, Indofood mampu mengelola risiko secara komprehensif sekaligus memperkuat posisi kompetitifnya. Integrasi SWOT dengan manajemen risiko membuat perusahaan tidak hanya kuat dalam menghadapi tantangan, tetapi juga tangkas dan kreatif dalam memanfaatkan peluang bisnis yang baru. Oleh karena itu, penerapan strategi ini akan membantu Indofood dalam meraih kinerja maksimal serta keberlanjutan jangka panjang di tengah meningkatnya ketidakpastian global.

Secara keseluruhan, analisis SWOT menunjukkan bahwa posisi strategis Indofood berada di kuadran “*Strength–Opportunity* (SO)”, yang mengindikasikan perusahaan memiliki potensi untuk memanfaatkan keunggulannya dalam meraih peluang dan mengubah risiko menjadi kelebihan kompetitif. Melalui manajemen risiko yang terintegrasi dan berkelanjutan, Indofood dapat mempertahankan pertumbuhan, meningkatkan efisiensi, serta memastikan stabilitas kinerja di tengah perubahan bisnis global yang sangat tidak pasti.

PENUTUP

Berdasarkan analisis penerapan manajemen risiko dengan pendekatan SWOT di PT Indofood Sukses Makmur Tbk, dapat disimpulkan bahwa manajemen risiko mempunyai peran penting dalam mempertahankan stabilitas, efisiensi, dan daya saing perusahaan di tengah ketidakpastian lingkungan bisnis global. Implementasi Enterprise Risk Management (ERM) yang mengikuti kerangka ISO 31000:2018 telah membantu Indofood dalam mengelola beragam risiko strategis, operasional, finansial, hukum, serta reputasi secara menyeluruh dan terukur. Dengan sistem identifikasi, evaluasi, mitigasi, dan pemantauan risiko yang berkelanjutan, Indofood dapat mengurangi kemungkinan kerugian serta menciptakan nilai tambah untuk pemangku kepentingan. Pelaksanaan manajemen risiko tidak sekadar berfungsi sebagai upaya pencegahan terhadap kejadian merugikan, tetapi juga sebagai langkah proaktif untuk memperbaiki kinerja perusahaan melalui keputusan yang didasari analisis risiko dan peluang.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa Indofood berada dalam posisi strategis yang solid di pasar, dengan ditunjang oleh kekuatan internal seperti reputasi merek yang kuat, jaringan distribusi yang luas, serta sistem produksi yang terintegrasi dari hulu hingga hilir. Aspek-aspek ini menjadi aset krusial dalam mengatur risiko dan menanggapi perubahan pasar. Walaupun demikian, kelemahan seperti ketergantungan pada bahan baku yang diimpor dan kompleksitas koordinasi antarunit bisnis masih harus mendapatkan perhatian khusus karena dapat menimbulkan risiko operasional dan keuangan. Sebaliknya, kesempatan eksternal seperti tingginya permintaan terhadap produk sehat, kemajuan teknologi digital, dan kemungkinan ekspansi pasar internasional menjadikan peluang besar bagi Indofood untuk memantapkan keunggulan kompetitifnya. Di sisi lain, tantangan akibat persaingan global, pergeseran kebijakan pemerintah, serta masalah lingkungan dan sosial mendorong perusahaan untuk senantiasa memperbaharui strategi mitigasi risikonya agar tetap relevan dan responsif terhadap perubahan luar.

Pendekatan analisis SWOT menawarkan wawasan menyeluruh tentang posisi kompetitif Indofood dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh perusahaan. Penggabungan manajemen risiko dan analisis SWOT mendukung perusahaan dalam menyusun strategi yang fleksibel dan berfokus pada keberlanjutan jangka panjang. Kekuatan seperti citra merek, jaringan distribusi yang luas, serta kapasitas produksi yang besar menjadi aset utama untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan global dan inovasi produk. Di

sisi lain, kekurangan seperti ketergantungan pada bahan baku yang diimpor dan kerumitan organisasi dapat dikurangi dengan penggunaan teknologi digital dan peningkatan efisiensi koordinasi dalam.

Dengan penerapan strategi integrasi SO, WO, ST, dan WT, Indofood dapat memaksimalkan potensi yang ada serta memperkuat ketahanan perusahaan terhadap tantangan pasar global yang selalu berubah. Penggabungan analisis SWOT dan manajemen risiko di Indofood berfungsi sebagai dasar utama dalam merumuskan strategi perusahaan yang kokoh dan berfokus pada keberlanjutan (sustainability). Strategi Strength–Opportunity (SO) menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang kuat karena dapat memanfaatkan kekuatan internal untuk meraih peluang eksternal melalui diversifikasi produk dan digitalisasi sistem pemantauan risiko, serta perluasan pasar global. Pendekatan Weakness–Opportunity (WO) menyoroti pentingnya perbaikan internal, terutama dalam mengurangi ketergantungan pada impor dan meningkatkan efisiensi operasional dengan memanfaatkan teknologi informasi. Strategi Strength–Threat (ST) dan Weakness–Threat (WT) berorientasi pada peningkatan ketahanan perusahaan untuk menghadapi ancaman industri, seperti dengan memperbaiki inovasi produk, meningkatkan pemahaman risiko, dan menerapkan strategi perlindungan terhadap perubahan ekonomi global. Keempat kombinasi strategi tersebut menunjukkan bahwa Indofood dapat menggabungkan prinsip manajemen risiko ke dalam semua elemen pengambilan keputusan strategis demi mendukung kinerja berkelanjutan jangka panjang.

Secara keseluruhan, dapat dirangkum bahwa penerapan manajemen risiko dengan menggunakan analisis SWOT yang efisien di Indofood berkontribusi langsung terhadap peningkatan kinerja keuangan, efisiensi operasional, dan stabilitas strategis perusahaan. Melalui manajemen risiko yang terstruktur, Indofood dapat mempertahankan pertumbuhan pendapatan di tengah tantangan inflasi global, meningkatkan efisiensi, menjaga citra merek, dan memperkuat kesetiaan pelanggan. Selain itu, penerapan budaya kesadaran risiko di seluruh organisasi mendorong setiap karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam mengidentifikasi dan mengelola potensi risiko sejak awal, yang pada akhirnya memperkuat tata kelola perusahaan secara keseluruhan.

SARAN

1. Penguatan Sistem Manajemen Risiko Terintegrasi dan Budaya Kesadaran Risiko (Risk Awareness Culture)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk perlu terus meningkatkan sistem Manajemen Risiko Perusahaan (ERM) yang berbasis digital, yang dapat mengenali, memantau, dan menangani risiko secara langsung di seluruh area bisnis. Proses penguatan ini harus diiringi dengan peningkatan budaya kesadaran risiko melalui pelatihan dan sosialisasi secara rutin, sehingga semua karyawan menyadari tanggung jawab mereka dalam menghadapi risiko dengan cara yang proaktif.

2. Diversifikasi Sumber Bahan Baku dan Inovasi Produk Berkelanjutan

Untuk mengurangi ketergantungan pada bahan baku yang diimpor dan memperkuat ketahanan pasokan, Indofood perlu menjalin kerjasama lebih lanjut dengan pemasok lokal. Selain itu, perusahaan harus terus berinovasi dalam menciptakan produk yang sehat, ramah lingkungan, dan sesuai dengan tren pasar global agar dapat mempertahankan reputasi serta membuka peluang pertumbuhan yang baru.

3. Optimalisasi Kolaborasi Internal dan Respons terhadap Dinamika Eksternal

Indofood disarankan untuk meningkatkan sinergi antar divisi melalui sistem komunikasi yang terintegrasi dan pelaporan risiko yang efektif untuk mempercepat proses pengambilan keputusan. Di sisi lain, perusahaan perlu melakukan pemantauan berkelanjutan terhadap faktor eksternal—seperti kebijakan pemerintah, kondisi ekonomi, dan tren pasar—agar strategi yang diterapkan tetap adaptif dan relevan dengan perubahan di lingkungan bisnis.

Dengan menerapkan langkah-langkah tersebut secara konsisten, PT Indofood Sukses Makmur Tbk diharapkan mampu mempertahankan keunggulan kompetitifnya, memperkuat ketahanan bisnis, serta mencapai kinerja perusahaan yang optimal dan berkelanjutan di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Judijanto, L., Shalihah, M. A., Desi, D. E., Kusumastuti, S. Y., Rahayu, D. H., Apriyanto, A., & Winarto, B. R. (2025). *Manajemen Risiko*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Kolanus, J. A., Lopian, S. J., & Poluan, J. G. (2024). Evaluasi strategi pemasaran PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Sulawesi Utara terhadap produk unggulan perusahaan (Indomie) menggunakan metode SWOT. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 12(01), 860-867.
- Listianingsih, T. (2025). Tinjauan literature: Strategi Manajemen Risiko terhadap kinerja perusahaan di PT. Indofood Sukses Makmur TBK. *YUME: Journal of Management*, 8(1.1), 591-600.
- Mas'ut, M. U., Anggraini, T. W., Hasibuan, A. Z., & Hidayatullah, W. (2024). Analisis Penerapan Manajemen Risiko dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. *Media Manajemen Jasa*, 12(2), 133-141.
- Radiansyah, A., Baroroh, N., Fatmah, F., Hulu, D., Syamil, A., Siswanto, A., ... & Nugroho, F. (2023). *Manajemen Risiko Perusahaan: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahmadanis, R., Novita, R., Wati, R. Z., & Mardiana, R. (2023). Efektivitas Penerapan Manajemen Risiko Pada PT. Indofood Sukses Makmur. *Magisma: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 163-171.
- Rizal & Hidayatullah. (2025). Manajemen Kinerja Efektif untuk Mencapai Tujuan Organisasi. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(2), 76-87
- Sunarni, S. (2023). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Kursus Dan Pelatihan Studi Pada LKP Sunakis Institute Di Bekasi. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(4), 223-236.
- Yuliansyah, Y. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi dan Auditing*, 7(3), 26-41.