

Analisis Kinerja Dan Strategi Pusat Pendapatan Pada Perusahaan Food And Beverages: Pt Mayora Indah Tbk

Muhammad Asasun Najakh¹, Ilham Danu Kuswanto², Irgi Ahcmat Faroji³, Anna Marina³
^{1,2,3}Universitas Muhammadiyah Surabaya

Corresponding Author: muhammad.asasun.najakh-2022@fe.um-surabaya.ac.id, ilham.danu.kuswanto-2022@fe.um-surabaya.ac.id, irgi.ahcmat.faroji-2022@fe.um-surabaya.ac.id, annamarina@um-surabaya.ac.id

Published: June, 2025

ABSTRAK

Pusat pendapatan adalah operasi bisnis yang bertanggung jawab untuk menghasilkan pendapatan penjualan pada suatu perusahaan. Pusat-pusat ini dapat berupa departemen, divisi atau unit bisnis yang berinteraksi langsung dengan konsumen untuk menjual barang dan jasa. PT Mayora Indah Tbk adalah salah satu perusahaan terkemuka di industri makanan dan minuman Indonesia yang telah menunjukkan kemampuannya dalam menjaga pertumbuhan pendapatan dan profitabilitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pusat pendapatan pada PT Mayora Indah Tbk, sebagai upaya untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai struktur pendapatan perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhi kinerjanya dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif di Indonesia. Penelitian ini menerapkan metode *literature review* atau kajian pustaka sebagai pendekatan utama untuk menganalisis pusat pendapatan di perusahaan makanan dan minuman PT Mayora Indah Tbk. Ini bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan semua temuan yang relevan dengan topik penelitian melalui analisis mendalam terhadap berbagai sumber literatur, termasuk jurnal ilmiah, artikel, buku, dan laporan keuangan perusahaan terkait. Pusat pendapatan (*revenue center*) pada PT Mayora Indah Tbk terdiri dari dua segmen utama, yaitu makanan olahan dalam kemasan dan minuman olahan dalam kemasan. Mayora berhasil mempertahankan kinerja pertumbuhan melalui strategi distribusi yang adaptif serta kekuatan merek di pasar. Strategi PT Mayora Indah dalam mengelola Pusat Pendapatan yaitu terus berfokus pada inovasi produk, peningkatan efisiensi operasional.

Kata kunci: Pusat pendapatan, Kinerja Perusahaan, Strategi Perusahaan

ABSTRACT

The revenue center refers to the business operation responsible for generating sales revenue within a company. These centers can take the form of departments, divisions, or business units that directly interact with consumers to sell goods and services. PT Mayora Indah Tbk is a leading company in the Indonesian food and beverage industry, demonstrating its ability to maintain revenue growth and profitability. This research aims to analyze the revenue centers at PT Mayora Indah Tbk, in an effort to provide a comprehensive overview of the company's revenue structure and the factors influencing its performance in the competitive food and beverage industry in Indonesia. The study employs a literature review method as the primary approach to analyze the revenue centers in the food and beverage company PT Mayora Indah Tbk. The goal is to identify, evaluate, and interpret all findings relevant to the research topic through an in-depth analysis of various literature sources, including scientific journals, articles, books, and related financial reports. The revenue centers at PT Mayora Indah Tbk consist of two main segments: packaged processed food and packaged processed beverages. Mayora has successfully maintained growth performance through adaptive distribution strategies and brand strength in the market. PT Mayora Indah's strategy for managing its revenue centers focuses on continuous product innovation and operational efficiency improvements.

Keywords: Revenue Center, Corporate Performance, Corporate Strategy

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

INTRODUCTION

Pusat pendapatan adalah operasi bisnis yang bertanggung jawab untuk menghasilkan pendapatan penjualan pada suatu perusahaan. Pusat-pusat ini dapat

berupa departemen, divisi atau unit bisnis yang berinteraksi langsung dengan konsumen untuk menjual barang dan jasa. Misalnya, sebuah perusahaan makanan dan minuman mungkin menambahkan atau membuat anak Perusahaan untuk membuat sebuah produk baru untuk menghasilkan penjualan ekstra. Perusahaan biasanya memecah operasi bisnis mereka menjadi pusat pendapatan untuk menentukan profitabilitas setiap barang atau jasa yang dihasilkannya. Ukuran perusahaan, jumlah lini produk atau layanan, dan standar industri adalah semua faktor yang digunakan perusahaan saat memilih atau menambahkan pusat tambahan untuk operasi mereka.

Industri sektor makanan dan minuman di Indonesia memiliki peranan penting dalam perekonomian nasional, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta penyerapan tenaga kerja (Ariana, 2016). Pertumbuhan sektor ini terlihat dari peningkatan nilai industri makanan dan minuman yang mencapai Rp775,1 triliun pada tahun 2021, mengalami kenaikan sebesar 2,54% dibandingkan tahun sebelumnya. (Sari, 2022) Perusahaan-perusahaan dalam sektor ini, termasuk PT Mayora Indah Tbk, menghadapi tantangan untuk mempertahankan kinerja keuangan yang optimal di tengah persaingan yang ketat dan dinamika pasar yang terus berubah (Dharmawaty Djaharuddin, 2023).

PT Mayora Indah Tbk adalah salah satu perusahaan terkemuka di industri makanan dan minuman Indonesia yang telah menunjukkan kemampuannya dalam menjaga pertumbuhan pendapatan dan profitabilitasnya. Pada tahun 2022, perusahaan ini mencatatkan pendapatan sebesar Rp30,67 triliun dan laba bersih sebesar Rp1,94 triliun, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya. Bahkan, pada tahun 2024, pendapatan tahunan perusahaan mencapai Rp36,07 triliun dengan pertumbuhan 14,57% year-on-year, yang mencerminkan daya saing dan efektivitas strategi bisnis yang diterapkan. Kinerja positif ini tidak terlepas dari kemampuan perusahaan dalam mengelola pusat-pusat pendapatan secara efisien, sehingga mampu memberikan nilai tambah yang optimal bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya (Rijajami, 2024).

Analisis pusat pendapatan menjadi penting untuk memahami kontribusi masing-masing unit bisnis atau produk terhadap keseluruhan pendapatan perusahaan, serta untuk mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi dan profitabilitas di masa mendatang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pusat pendapatan pada PT Mayora Indah Tbk, sebagai upaya untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai struktur pendapatan perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhi kinerjanya dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif di Indonesia.

Materials and Method

Penelitian ini menerapkan metode *literature review* atau kajian pustaka sebagai pendekatan utama untuk menganalisis pusat pendapatan di perusahaan makanan dan minuman PT Mayora Indah Tbk. Metode kajian pustaka bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan semua temuan yang relevan dengan topik penelitian melalui analisis mendalam terhadap berbagai sumber literatur, termasuk jurnal ilmiah, artikel, buku, dan laporan keuangan perusahaan terkait.

Proses penelitian dimulai dengan pencarian referensi melalui platform daring seperti Google Scholar, ResearchGate, dan sumber akademik online lainnya, untuk mengumpulkan literatur yang relevan dan terkini. Literatur yang diperoleh kemudian diseleksi berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian, yaitu analisis pusat pendapatan di sektor makanan dan minuman, khususnya PT Mayora Indah Tbk. Selanjutnya, peneliti melakukan analisis dan sintesis terhadap hasil-hasil penelitian sebelumnya untuk memperkuat landasan teori, mengidentifikasi variabel-variabel yang berpengaruh, serta membangun kerangka konseptual yang mendukung pembahasan. Dengan demikian, kajian pustaka tidak hanya berfungsi sebagai dasar teori, tetapi juga sebagai pijakan dalam merumuskan permasalahan dan menarik kesimpulan penelitian (Hikam, Pramukty, & Yulaeli, 2022).

Metode ini dipilih karena dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai perkembangan penelitian terkait, serta memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai sudut pandang dan hasil studi yang telah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat memperkaya analisis terhadap pusat pendapatan di PT Mayora Indah Tbk.

Results

PT. Mayora Indah Tbk. (Perseroan) didirikan pada tahun 1977 dengan pabrik pertamanya yang berlokasi di Tangerang, menargetkan pasar di wilayah Jakarta dan sekitarnya. Setelah berhasil memenuhi kebutuhan pasar Indonesia, Perseroan melaksanakan Penawaran Umum Perdana dan menjadi perusahaan publik pada tahun 1990 dengan fokus pada konsumen di kawasan Asean. Selanjutnya, Perseroan memperluas pangsa pasarnya ke negara-negara di Asia. Saat ini, produk Perseroan telah tersebar di lima benua di seluruh dunia.

Sebagai salah satu perusahaan barang konsumen yang bergerak cepat, PT. Mayora Indah Tbk. telah membuktikan diri sebagai produsen makanan berkualitas tinggi dan meraih berbagai penghargaan, termasuk “Top Five Best Managed Companies in Indonesia” dari Asia Money, “Top 100 Exporter Companies in Indonesia” dari majalah Swa, “Top 100 public listed companies” dari majalah Investor Indonesia, “Best Manufacturer of Halal Products” dari Majelis Ulama Indonesia, Best Listed Company dari Berita Satu, serta “Indonesia’s Corporate Secretary Award, Top 5 Good Corporate

Governance Issues in Consumer Goods Sector” dari Warta Ekonomi, dan banyak penghargaan lainnya (Mayora, 2023).

Sesuai dengan Anggaran Dasarnya, kegiatan usaha Perseroan mencakup sektor industri. Saat ini, PT. Mayora Indah Tbk. beserta entitas anaknya memproduksi dan mengklasifikasikan produk yang dihasilkan ke dalam dua kategori, yaitu makanan olahan dan minuman olahan, yang terdiri dari enam divisi yang masing-masing menghasilkan produk yang berbeda namun terintegrasi, yaitu: Divisi Biskuit, Kembang Gula, Wafer, Cokelat, Kopi, dan Makanan Kesehatan.

Di Indonesia, Perseroan ini tidak hanya dikenal sebagai produsen makanan dan minuman olahan, tetapi juga sebagai pemimpin pasar yang berhasil menciptakan produk-produk pelopor di masing-masing kategorinya.

Berdasarkan kajian literatur dan analisis laporan keuangan PT Mayora Indah Tbk, dari beberapa sumber yang relevan dapat disimpulkan beberapa poin terkait pusat pendapatan pada perusahaan food and beverages PT Mayora Indah TBK.

Pusat Pendapatan pada PT Mayora Indah Tbk

Pusat pendapatan (*revenue center*) pada PT Mayora Indah Tbk terdiri dari dua segmen utama, yaitu makanan olahan dalam kemasan dan minuman olahan dalam kemasan. Kedua segmen ini menjadi kontributor utama terhadap total pendapatan perusahaan setiap tahunnya.

1. Segmen Makanan Olahan dalam Kemasan

Pada kuartal I 2025, penjualan bersih dari segmen makanan olahan dalam kemasan mencapai Rp5,94 triliun. Produk-produk dalam segmen ini meliputi biskuit, wafer, permen, cokelat, dan makanan ringan yang menjadi andalan Mayora di pasar domestik dan ekspor.

2. Segmen Minuman Olahan dalam Kemasan

Penjualan bersih dari minuman olahan dalam kemasan pada periode yang sama tercatat sebesar Rp4,92 triliun. Produk minuman Mayora dikenal luas, seperti kopi instan, teh siap minum, dan minuman kesehatan, yang juga berkontribusi besar terhadap pertumbuhan pendapatan Perusahaan.

Total penjualan tersebut dikurangi biaya eliminasi Rp 1 triliun menghasilkan penjualan bersih Rp 9,85 triliun.

Dari segi laba bersih, MYOR mencatatkan laba tahun berjalan yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar Rp 689,43 miliar pada periode tiga bulan pertama tahun 2025. Dengan begitu, total laba per saham dasar perusahaan tercatat Rp 31 di kuartal I-2025, MYOR mencatatkan total aset Rp 29,06 triliun pada kuartal I-2025, dan perusahaan mencatatkan saldo kas dan setara kas pada akhir tahun sebesar Rp 3,66 triliun pada kuartal I-2025 (Tri Sulistiowati, 2025).

Kinerja dan Kontribusi Pusat Pendapatan

Total penjualan bersih PT Mayora Indah Tbk pada kuartal I 2025 mencapai Rp9,85 triliun, mengalami peningkatan sebesar 12,54% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didorong oleh kenaikan penjualan baik di pasar domestik (naik 10%) maupun ekspor (naik 16%), yang menunjukkan daya saing dan kekuatan merek Mayora di pasar internasional.

Capaian tersebut mencerminkan adanya perlambatan musiman selama periode Lebaran 2025, di mana jumlah pemudik mengalami penurunan sebesar 4,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya, yang biasanya berpengaruh pada konsumsi barang dan minuman kemasan (Dirgantara, 2025).

Meski demikian, Mayora berhasil mempertahankan momentum pertumbuhan melalui strategi distribusi yang adaptif serta kekuatan merek di pasar. Hingga kuartal I 2025, laba usaha perseroan tercatat sebesar Rp847 miliar, dengan laba bersih mencapai Rp704 miliar, yang mengalami penurunan dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai Rp1,11 triliun. Penurunan laba bersih ini terutama disebabkan oleh lonjakan harga bahan baku utama yang terjadi dalam beberapa bulan terakhir.

Strategi Pengelolaan Pusat Pendapatan

Meskipun menghadapi tekanan biaya, perusahaan tetap menunjukkan pengelolaan keuangan yang hati-hati, dengan mencatat penurunan utang sekitar Rp1 triliun dibandingkan posisi Desember 2024. Hal ini mencerminkan komitmen perusahaan untuk menjaga struktur permodalan yang sehat dan berkelanjutan.

PT Mayora Indah terus berfokus pada inovasi produk, peningkatan efisiensi operasional, dan ekspansi pasar global untuk mempertahankan pertumbuhan pusat-pusat pendapatannya. Strategi distribusi yang adaptif dan penguatan merek juga menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan momentum pertumbuhan di tengah tantangan ekonomi global (Dirgantara, 2025).

Tantangan Dan Prospek

Tantangan utama yang dihadapi mencakup kondisi ekonomi negara tujuan ekspor, daya beli konsumen domestik, serta risiko krisis pangan global yang disebabkan oleh perubahan iklim dan ketidakstabilan politik internasional. Harga bahan baku dan biaya distribusi yang tidak stabil juga menjadi perhatian penting (MYOR, 2023).

Namun, hal tersebut bisa diatasi dengan adanya dukungan fasilitas produksi yang memadai, tim manajemen yang adaptif, serta komitmen terhadap tata kelola perusahaan yang baik, PT Mayora Indah Tbk tetap optimis dapat terus mengembangkan pusat-pusat pendapatannya dan mencatatkan pertumbuhan yang berkelanjutan di tahun-tahun mendatang.

Conclusions

Pusat pendapatan menjadi penting untuk memahami kontribusi masing-masing unit bisnis atau produk terhadap keseluruhan pendapatan perusahaan, serta untuk mengidentifikasi peluang peningkatan efisiensi dan profitabilitas di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pusat pendapatan pada PT Mayora Indah Tbk, sebagai upaya untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai struktur pendapatan perusahaan dan faktor-faktor yang memengaruhi kinerjanya dalam industri makanan dan minuman yang kompetitif di Indonesia. Berdasarkan kajian literatur dan analisis laporan keuangan PT Mayora Indah Tbk, dari beberapa sumber yang relevan dapat disimpulkan beberapa poin penting terkait pusat pendapatan pada perusahaan food and beverages PT Mayora Indah TBK.

Pusat pendapatan (*revenue center*) pada PT Mayora Indah Tbk terdiri dari dua segmen utama, yaitu makanan olahan dalam kemasan dan minuman olahan dalam kemasan. Kedua segmen ini menjadi kontributor utama terhadap total pendapatan perusahaan setiap tahunnya. MYOR mencatatkan laba tahun berjalan yang diatribusikan kepada pemilik entitas induk sebesar Rp 689,43 miliar pada periode tiga bulan pertama tahun 2025. Dengan begitu, total laba per saham dasar perusahaan tercatat Rp 31 di kuartal I-2025, MYOR mencatatkan total aset Rp 29,06 triliun pada kuartal I-2025, dan perusahaan mencatatkan saldo kas dan setara kas pada akhir tahun sebesar Rp 3,66 triliun pada kuartal I-2025.

Dari segi kinerja dan kontribusi pusat pendapatan, PT Mayora Indah Tbk memperoleh total penjualan bersih mencapai Rp9,85 triliun pada kuartal I 2025, ini mengalami peningkatan sebesar 12,54% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didorong oleh kenaikan penjualan baik di pasar domestik (naik 10%) maupun ekspor (naik 16%), yang menunjukkan daya saing dan kekuatan merek Mayora di pasar internasional.

Strategi PT Mayora Indah dalam mengelola Pusat Pendapatan yaitu terus berfokus pada inovasi produk, peningkatan efisiensi operasional, dan ekspansi pasar global untuk mempertahankan pertumbuhan pusat-pusat pendapatannya. Strategi distribusi yang adaptif dan penguatan merek juga menjadi kunci keberhasilan dalam mempertahankan momentum pertumbuhan di tengah tantangan ekonomi global. Dan tantangan utama yang dihadapi yaitu mencakup kondisi ekonomi negara tujuan ekspor, daya beli konsumen domestik, serta risiko krisis pangan global yang disebabkan oleh perubahan iklim dan ketidakstabilan politik internasional.

References

Dharmawaty Djaharuddin. (2023). Analisis Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek

- Indonesia. *Insan Cita Bongaya Research Journal*, 2(3), 178–186.
<https://doi.org/10.70178/icbrj.v2i3.72>
- Dirgantara. (2025). Penjualan Mayora Indah meningkat 12,5 persen di kuartal I 2025. Retrieved from Indonesia Market Quote website:
<https://www.imq21.com/penjualan-mayora-indah-meningkat-125-persen-di-kuartal-i-2025>
- Hikam, Muhammad, Pramukty, Rachmat, & Yulaeli, Tri. (2022). Literature Review Pengaruh Kontribusi Pajak Reklame Dan Pajak Restoran Terhadap Pendapatan Asli Daerah. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(5), 1346–1350.
<https://doi.org/10.59188/jcs.v1i5.168>
- Mayora. (2023). Riwayat Singkat Perusahaan Mayora. Retrieved from Online website:
<https://www.mayoraindah.co.id/content/Riwayat-Singkat-Perusahaan-33>
- MYOR. (2023). Laporan Tahunan PT Mayora Indah Tbk. | Mayora Indah. 2024. Retrieved from <https://www.mayoraindah.co.id/content/Laporan-Tahunan-Mayora-21>
- Rijajami, Wassito. (2024). Analisis Kinerja Keuangan (Studi Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajerial Bisnis*, 7(3), 233–245. <https://doi.org/10.37504/jmb.v7i3.625>
- Sari, Ayu Nurita. (2022). Kondisi Industri Pengolahan Makanan dan Minuman di Indonesia. Retrieved from djkn.kemenkeu.go.id website:
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kanwil-suluttenggomalut/baca-artikel/15588/Kondisi-Industri-Pengolahan-Makanan-dan-Minuman-di-Indonesia.html>
- Tri Sulistiowati. (2025). Pendapatan Mayora Indah (MYOR) Capai Rp 9,85 Triliun pada Kuartal I-2025, Naik 12,54%. Retrieved from kontan.co.id website:
<https://investasi.kontan.co.id/news/pendapatan-mayora-indah-myor-capai-rp-985-triliun-pada-kuartal-i-2025-naik-1254>