

Analisis Pengaruh Covid-19 Terhadap Manajemen Operasional Pada PT Indofood Sukses Makmur Tbk

¹⁾Benny*, ²⁾Adeline Oktalia, ³⁾Emilya, ⁴⁾Lia Willyanto, ⁵⁾Lusiana, ⁶⁾Monica Ella

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾⁵⁾⁶⁾Universitas Internasional Batam

Email Corresponding: 2041029.monica@uib.edu

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Manajemen Operasional Covid-19 PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Efektif & Efisien Produksi	Dalam penelitian ini akan ditemukan bagaimana penerapan manajemen operasional yang dilakukan oleh PT. Indofood untuk dapat bertahan pada saat masa pandemi Covid-19 agar dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas proses bisnisnya, mengurangi pemborosan, meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Satu-satunya cara yang sangat efisien dan efektif dalam meningkatkan kinerja operasional adalah mengatur dan mendistribusikan barang atau jasa sesuai dengan kelompok pelanggan yang andal dan efisien. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. merupakan produsen berbagai jenis makanan serta minuman yang terletak di Jakarta, Indonesia. Metode yang digunakan penelitian ini dalam pengumpulan datanya yaitu metode deskriptif dengan mengumpulkan data melalui internet searching hal ini membantu peneliti dalam memperbaiki data data yang di temukan. Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan ialah metode kualitatif. Dengan menggunakan metode ini peneliti dapat menganalisa peristiwa yang ada, kemudian akan dilanjutkan nantinya dengan kumpulan teori yang ada dalam analisisnya.
Keywords: Operational Management Covid-19 PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Effective & Efficient Production	ABSTRACT In this research will be found how the implementation of operational management carried out by PT. Indofood was able to survive during the Covid-19 pandemic in order to increase the efficiency and effectiveness of its business processes, reduce waste, improve product quality and increase customer satisfaction. The only highly effective and effective way of improving operational performance is to organize and distribute goods or services according to reliable and efficient customer groups. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. is a manufacturer of various types of food and beverages located in Jakarta, Indonesia. The method used in this research in collecting data is descriptive method by collecting internet searching data. This helps researchers in improving the data found. In this study the data analysis method used is a qualitative method. By using this method researchers can analyze existing events, then will be followed later with a collection of existing theories in the analysis.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Pada saat masa Covid-19 meningkat, perusahaan Indofood mengalami kerugian diakibatkan keterlambatan produksi. Setelah Covid-19 mulai mereda, untuk mengatasi masalah tersebut PT. Indofood menganalisis tren dan permintaan pasar untuk meramalkan kebutuhan pelanggan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber seperti data penjualan. Selain itu, PT Indofood juga melakukan komunikasi dengan konsumen untuk memahami kebutuhan dan tren pasar untuk mengembangkan produksi kedepannya. Penelitian ini menganalisis sebelum dan sesudah Covid-19 terjadi pada PT Indofood.

Peningkatan produktivitas adalah faktor yang harus diberikan prioritas utama oleh manajer operasi untuk memajukan negosiasi antar industri. Satu-satunya suatu cara yang sangat efisien dan efektif dalam meningkatkan kinerja operasional adalah mengatur dan mendistribusikan barang atau jasa sesuai dengan kelompok pelanggan yang andal dan efisien. Sangat penting bagi seluruh industri untuk memahami potensi sistem produksi. Kuantitas serta kualitas output ataupun produk yang dihasilkan akan tergantung pada sistem

produksi yang digunakan. Jika sistem produksi berjalan sesuai rencana, maka keluaran atau produk yang diinginkan dapat dihasilkan. Beberapa komponen sistem produksi sangat penting dalam menentukan prosedur operasional industri tertentu.

Satu-satunya komponen terpenting dalam sistem produksi yang harus dipahami adalah bahan baku. Untuk menentukan harga, suatu usaha tertentu terlebih dahulu harus menerima pesanan dan melakukan kontrol kualitas. Produsen selalu membutuhkan persediaan karena tujuan persediaan adalah untuk mengurangi biaya. Oleh karena itu, pelaku usaha harus mengedepankan pengendalian perencanaan pada persediaan bahan baku yang baik dan sesuai agar proses produksi dalam internalnya berjalan lancar dan sesuai dengan jumlah yang diinginkan.

Adanya tiga alasan penting persiapan bagi perusahaan maupun organisasi, yaitu adanya unsur permintaan dan unsur kebebasan. Faktor waktu memperlambat proses manufaktur dan distribusi sebelum produk dikirim ke pelanggan. Waktu yang diperlukan untuk memproduksi bahan baku, mendistribusikan bahan baku, membuat bahan baku, memproduksi barang, dan mengirimkan barang ke konsumen atau pasar besar. Faktor waktu ini datang dari penyebab pemasok perusahaan yang memerlukan adanya persediaan, supaya proses produksi tidak terhambat maupun adanya keterlambatan dalam pengiriman sampai kepada konsumen. Persediaan bahan baku pada *supplier* ini, merupakan persediaan barang pada departemen bagian produksi, dan persediaan barang yang membuat hal ini berpengaruh.

Faktor ketidakpastian dapat disebabkan karena adanya kesalahan dalam perencanaan permintaan, keterlambatan operasi, kerusakan mesin, bahan cacat, dan berbagai kondisi lainnya. Memperbanyak persediaan dilakukan untuk mengantisipasi kegagalan dalam perencanaan maupun akibat lainnya. Faktor ekonomis adalah adanya keinginan di pihak organisasi untuk mendapatkan biaya produksi atau pembelian yang lebih rendah saat membeli barang dalam jumlah yang lebih masuk akal secara ekonomis. Pembelian dalam jumlah besar memungkinkan pelaku usaha mendapatkan potongan harga yang dapat menutupi biayanya. Selain itu, karena biaya pengiriman setiap produk kini lebih mahal, pembelian dalam jumlah besar juga dapat mengakibatkan harga yang lebih murah (Suryono *et al.*, 2019).

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. merupakan produsen berbagai jenis makanan serta minuman yang terletak di Jakarta, Indonesia. Perusahaan ini telah berdiri dari tahun 1990 dan berubah nama pada tahun 1994 menjadi PT Indofood. Perusahaan ini mengeksplor bahan makanannya keluar negeri seperti Australia, Asia, dan Eropa. Seiring berjalannya waktu, PT. Indofood Sukses Makmur selalu meningkatkan mutu serta kualitas dari produk produk mereka serta mempertahankan kepuasan pelanggan dikarenakan hal ini sesuai dengan perencanaan yang dilakukan oleh perusahaan. Hal hal seperti kualitas SDM serta manajemen operasional yang baik di dalam perusahaan menjadikan PT. Indofood Sukses Makmur berkembang pesat bahkan pada saat pandemi Covid-19 pada tahun lalu.

Studi ini mengeksplorasi bagaimana PT. Indofood menerapkan manajemen operasional agar bisa bertahan di tengah pandemi Covid-19 untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnisnya (Septi *et al.*, 2019). Salah satu cara yang efisien dan efektif untuk meningkatkan kinerja bisnis adalah mengatur dan mendistribusikan barang dan jasa sesuai dengan kelompok pelanggan.

II. METODE

2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian deskriptif kualitatif dengan didukung data sekunder, dimana peneliti memperoleh data sekunder ini dengan melakukan literasi terhadap beberapa artikel dan jurnal milik peneliti terdahulu yang berkaitan dengan topik manajemen operasional suatu manufaktur atau pun yang berkaitan dengan PT Indofood Sukses Makmur CBP Tbk. Metode ini digunakan untuk mempermudah peneliti dalam melakukan analisa terhadap objek penelitian serta pembahasannya dan sedangkan data sekunder yang telah dikumpulkan dapat dijadikan sebagai bukti pendukung untuk permasalahan yang akan diteliti . PT Indofood Sukses Makmur CBP Tbk merupakan objek penelitian ini, peneliti berfokus pada Pengaruh Covid-19 terhadap Manajemen Operasional pada PT Indofood Sukses Makmur CBP Tbk.

2.2 Sumber Data

Pada penelitian ini data yang dikumpulkan ialah data sekunder diperoleh melalui berbagai referensi dari artikel dan jurnal yang berkaitan dengan topik yang akan di teliti, adapun data yang didapat langsung dari perusahaan terkait sehingga data yang didapatkan lebih jelas dalam menggambarkan objek berdasarkan fakta yang terdapat dalam perusahaan tersebut. Kumpulan fakta mengenai perusahaan atau objek penelitian ini akan disusun dan di ulas lebih lanjut hingga menghasilkan kesimpulan. Secara umum biasanya data sekunder sudah di olah oleh pihak lain.

2.3 Pengumpulan Data

Metode yang digunakan penelitian ini dalam pengumpulan datanya yaitu metode deskriptif dengan mengumpulkan data melalui internet searching hal ini membantu peneliti dalam memperbaiki data data yang di temukan. Metode selanjutnya ialah metode literatur dimana cara metode ini dalam memperoleh datanya dengan cara pengambilan Pustaka dan memahami data dengan hanya mencari inti pembahasan untuk memperoleh landasan teori, penentuan hipotesis penelitian dan kerangka penelitian.

2.4 Analisis Data

Dalam penelitian ini metode analisis data yang digunakan ialah metode kualitatif. Dengan menggunakan metode ini peneliti dapat menganalisa peristiwa yang ada, kemudian akan dilanjutkan nantinya dengan kumpulan teori yang ada dalam analisisnya. Waktu analisis data dalam penelitian ini dapat dimulai prosesnya pada saat pengumpulan data sudah mulai di lakukan atau boleh juga pada saat pengumpulan data sudah selesai dilakukan Hingga pada saat mengumpulkan data, maka peneliti sudah boleh melakukan analisis terhadap data data yang sudah dikumpulkan. Jika data masih belum cukup untuk memadai sebagai data pendukung dalam penelitian ini maka peneliti akan terus menjalankan tahap pengumpulan data hingga data data sudah cukup untuk digunakan dan dianggap kredibel. Dalam pengumpulan data ini peneliti menggunakan metode literatur dengan mencari topik atau judul bacaan yang memiliki kaitan atau membahas hal yang sama dengan objek penelitian ini kemudian artikel yang sudah di kumpulkan akan dibaca oleh peneliti hingga dibuatkan resume atau telah di dapatkan poin penting yang dapat di jadikan data penelitian, tentunya artikel yang dikumpulkan tersebut merupakan artikel dari peneliti terdahulu dan bersumber dari internet.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (Indofood) merupakan salah satu perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia. Indofood didirikan pada tahun 1982 oleh Sudono Salim dan saat ini beroperasi sebagai anak perusahaan Salim Group. Perusahaan ini memiliki beberapa unit bisnis yang bergerak di berbagai sektor, termasuk bahan makanan, minuman, dan produk konsumen. Indofood merupakan perusahaan makanan dan minuman yang telah beroperasi selama lebih dari 30 tahun di Indonesia. Sebagai salah satu perusahaan terbesar di sektor makanan dan minuman, Indofood memiliki visi untuk menjadi perusahaan makanan dan minuman terdepan di Indonesia dan di dunia (Zakawali, 2022).

3.1 Kegiatan Operasional Indofood

PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk menangani semua tahapan proses produksi makanan, mulai dari tahap awal produksi bahan mentah sampai tahap akhir untuk dijual ke pasar. Menurut (Dr.Golan Hasan, S.E. *et al.*, 2023) Berikut alur operasional pada PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk:

1. PT.Indofood bekerja sama dengan petani lokal dalam pengelolaan hasil pertanian dan perkebunan yang digunakan sebagai bahan baku dalam pembuatan berbagai produk.
2. Hasil pertanian dan perkebunan diolah menjadi di pabrik Indofood menjadi produk jadi yang siap didistribusikan.
3. Semua proses manufaktur bahan baku dikendalikan setepat mungkin untuk memastikan produk berkualitas tinggi. Pabrik Indofood memiliki fasilitas penelitian selain fasilitas produksi dan bertanggung jawab untuk memvalidasi resep yang digunakan melalui sampling dan studi laboratorium untuk memastikan kualitas produk yang layak untuk diedarkan.

4. Pengemasan dilakukan di pabrik dan semua bahan baku yang telah diproses menjadi produk jadi disortir di area pengepakan. Selain itu, karyawan terlatih kami mengemas barang dengan cepat.
5. Proses penjualan juga sangat penting dalam kegiatan operasional PT. Indofood sebagai perusahaan solusi nutrisi yang lengkap. pt.Indofood tidak memiliki gudang. Paket produk jadi didistribusikan langsung ke gerai ritel atau pasar tradisional setiap delapan jam. Indofood memastikan pendistribusian produk ke seluruh wilayah dilakukan secara akurat dan dalam waktu sesingkat mungkin.
6. Pada tahap akhir, produk yang dijual akan tersedia di seluruh gerai ritel dan pasar tradisional di setiap daerah. Berkat jaringan distribusi yang luas yang memudahkan konsumen mengakses produk Indofood, transaksi jual beli dapat diselesaikan dengan mudah.

3.2 Permasalahan Operasional PT. Indofood

Sebelum pandemi, PT. Indofood CBP Sukses Makmur menjalankan seluruh kegiatan operasionalnya dengan sumber daya manusia yang profesional. Namun, wabah *COVID-19* di Indonesia telah mengubah banyak kegiatan bisnis, khususnya sektor produksi pada banyak perusahaan. Selama pandemi, pemerintah memerintahkan untuk penggunaan protokol kesehatan yang ketat, antara lain penggunaan masker, kemudian mengurangi kerumunan di ruangan, membatasi jam operasional, dan tentunya hal ini memperlambat proses produksi. Hal ini sangat merugikan perusahaan manufaktur yang bisa menghasilkan puluhan hingga ratusan produk dalam waktu yang singkat. Indofood CBP Sukses Makmur melihatnya sebagai peluang untuk mengubah praktik operasionalnya. Kini setelah pandemi usai, PT. Indofood kembali beroperasi penuh dengan operasional produksi menggunakan robot perusahaan dan tentunya menerapkan protokol kesehatan sesuai himbauan pemerintah (Mubarak, 2014).

Selain itu PT. Indofood juga mengalami persoalan pada produk mereka karena dari tahun ke tahun diketahui harga gandum mengalami kenaikan dan berpotensi mengalami penurunan margin ICBP. Kemudian juga di Indonesia, persaingan antar produk semakin ketat, khususnya di bidang mi instan. Banyak produk luar negeri yang masuk ke Indonesia, termasuk merek produk Korea “Samyang”. Merek-merek produk tersebut berpeluang menjadi pesaing utama produk ICBP. Untuk itu PT.Indofood memiliki rencana lebih lanjut untuk bersaing dengan produk lainnya.(Dr.Golan Hasan, S.E. *et al.*, 2023)

Sebelum pandemi, PT. Indofood memiliki *supply chain management* yang baik. Jaringan distribusi yang luas memungkinkan untuk menjangkau konsumen Indonesia dengan cepat. Selain itu, Indofood memiliki pabrik di lokasi strategis, sehingga proses produksi dan distribusi tidak menjadi kendala bagi perusahaan (Luvia *et al.*, 2022). Namun, pandemi yang melanda dunia pada tahun 2020 berdampak negatif pada rantai pasok pangan. Hal ini terjadi karena lonjakan permintaan akibat pembelian produk tersebut. Untuk mengatasi masalah ini, Indofood telah mengambil langkah-langkah berikut untuk memperkuat manajemen rantai pasoknya. Meningkatkan efisiensi produksi dan tenaga kerja dengan menambah jumlah bahan baku dan kemasan, menerapkan protokol kesehatan yang ketat bagi setiap karyawan perusahaan selama proses kerja, dan menggandeng personel logistik. dan pemasok memastikan proses produksi dan penjualan berjalan lancar. PT Indofood juga memiliki berbagai cara untuk mengelola persediaan perusahaan secara efisien dan efektif. PT. Indofood dengan tim analitik yang memahami sistem informasi, telah menerapkan manajemen prediktif secara efektif jauh sebelum pandemi. Dengan menguasai sistem informasi, PT. Indofood dapat menganalisis tren dan permintaan pasar ke depan. Selain itu, Indofood menggunakan model komputasi kuantitatif dan kualitatif untuk menganalisis kebutuhan bahan baku dan juga kapasitas produksi. Selain itu perusahaan cenderung berfokus pada inovasi produk, seringkali berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Hal ini diawali dengan memahami target pasar dan preferensi pelanggan. Tentunya, perusahaan juga melakukan riset yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan tren pasar serta mengembangkan produk yang sesuai dengannya. Kemudian untuk produknya dirancang untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dan cepat untuk disajikan. Kemasannya juga dirancang dengan menarik, dengan instruksi dan informasi yang ditampilkan dengan jelas. Indofood sendiri juga sangat mementingkan kualitas produknya, baik dari segi rasa maupun gizi dan keamanan sesuai standar internal (Abdullah, 2021).

Perusahaan juga tentunya memerlukan tim yang khusus untuk melakukan pemeriksaan, control barang hingga sampai dengan pengujian yang dilakukan secara rutin, agar memastikan bahwa produk memenuhi standar dan sesuai dengan syarat yang ada. PT. Indofood juga melakukan adanya penawaran dari berbagai

layanan yang ada kepada konsumennya, contohnya seperti pemasaran yang dilakukan secara online dan lain-lain. Perusahaan juga menyediakan website serta aplikasi yang mudah digunakan untuk konsumen dalam memesan ataupun mencari produk pesanan dari konsumen. Tugas pelayanan dari *customer support* ini tidak lain untuk membantu konsumen atas pertanyaan ataupun masalah yang sedang dihadapi.

PT Indofood ini memiliki berbagai macam cara untuk mengelola kualitas produknya serta layanan yang diberikan untuk tetap bertahan sesuai dengan standar yang ada, hal-hal yang dilakukan oleh perusahaan yaitu :

1. *Quality Assurance*

PT Indofood menerapkan prosedur penjaminan mutu yang ketat untuk memastikan bahwa produk yang diproduksi memenuhi standar yang ada, mulai dari sumber bahan baku pembuatan hingga proses produksi dan distribusi produk. Proses penjaminan kualitas terdiri dari pemantauan tingkat kualitas dari setiap proses produksi, melakukan pemeriksaan rutin dan proses pengujian, serta mengambil tindakan yang diperlukan jika terjadi cacat atau masalah.

2. *Food Safety Management*

PT Indofood mempunyai sistem dalam memastikan agar produk yang diproduksinya aman dan bisa di konsumsi oleh masyarakat. Sistem ini juga terdiri dari beberapa prosedur yang berupa mengidentifikasi, evaluasi serta mengendalikan keamanan dalam produk makanan maupun minuman.

3. *Supplier Management*

PT Indofood juga mengelola pemasok yang terpilih, secara berkala menilai tingkat kinerja masing-masing pemasok, serta memberikan bantuan dan dukungan untuk meningkatkan kualitas dan kinerja pemasok tersebut.

4. Pengembangan Berkelanjutan

PT Indofood terus berupaya meningkatkan kualitas bisnisnya dengan mengevaluasi dan memperbarui kebijakan, prosedur, dan standar perusahaan secara berkala. Umpan balik dari konsumen ataupun pemangku kepentingan merupakan hal yang penting dalam perusahaan untuk menganalisis kekurangan yang ada bagi perusahaan.

5. Pelatihan

PT Indofood juga sangat mementingkan program pelatihan yang ditujukan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawannya dalam pengendalian mutu. Program pelatihan dapat berupa peningkatan kualitas bahan baku makanan dan minuman, keamanan, prinsip-prinsip proses pengendalian yang diperlukan, dan penekanan pada nilai-nilai budaya keamanan makanan dan minuman bagi seluruh karyawan perusahaan.

6. *Regulatory Compliance*

PT Indofood memastikan bahwa proses manajemen kualitas dalam perusahaan mereka telah mengikuti standar nasional dan internasional yang ada.

Dengan menerapkan strategi proses, PT. Indofood dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses bisnisnya, mengurangi pemborosan, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Perusahaan juga menerapkan strategi tata letak yang menyediakan lingkungan kerja yang lebih produktif, fleksibel, nyaman, dan aman untuk memenuhi kebutuhan kompetitifnya. Strategi tata letak PT Indofood adalah sebagai berikut:

1. *Office Layout*

PT Indofood Sukses Makmur menggunakan tata ruang kantor tipe *cubicle* dengan sekat antar karyawan, namun pada saat yang sama memberikan lingkungan kerja yang terbuka. Hal ini dilakukan agar karyawan dapat saling berkolaborasi sekaligus meningkatkan fokus dan menghindari gangguan.

2. *Retail Layout*

Sebagai bagian dari strategi retail layout, PT Indofood selalu menempatkan produknya di *showroom* strategis berdasarkan kategori produk, sehingga memudahkan konsumen untuk menjangkau dan menemukan produk Indofood.

3. *Warehouse Layout*

PT Indofood, salah satu perusahaan makanan dan minuman terbesar di Indonesia, memiliki berbagai gudang yang menyimpan bahan baku, produk jadi, dan perlengkapan lainnya. Oleh karena itu tata letak setiap gudang PT Indofood dirancang dengan kebutuhan aksesibilitas masuk dan keluar untuk memaksimalkan pemanfaatan ruang dan mempercepat proses distribusi dan penerimaan barang, serta sistem keamanan gudang.

4. *Process-oriented Layout*

PT Indofood menggunakan strategi tata letak proses untuk mengelompokkan jenis proses yang dilakukan. Misalnya peralatan yang mengolah bahan baku dikelompokkan menjadi satu, peralatan yang mengemas produk juga dikelompokkan, dan seterusnya. Dengan menyortir peralatan dengan fungsi serupa, PT Indofood dapat menjalankan proses yang lebih efisien, menghemat waktu dan biaya.

5. *Work-cell Layout*

Sebagai bagian dari strategi tata letak sel kerja, PT Indofood dapat menempatkan berbagai mesin dan peralatan secara berdekatan. Alasan untuk ini adalah bahwa strategi seperti itu memungkinkan mesin dan peralatan yang berbeda bekerja sama untuk memproses produk yang berbeda pada waktu yang sama, memungkinkan perusahaan untuk tidak hanya meningkatkan *output* tetapi juga meminimalkan waktu tunggu produksi. Selain itu, PT Indofood menggunakan pengaturan penempatan yang lebih baik untuk mencapai pembagian kerja yang lebih setara dan efisien bagi seluruh karyawan.

6. *Product-oriented Layout*

Strategi ini memungkinkan PT Indofood untuk mengolah produk yang sama dalam jumlah besar seperti indomie, biskuit dan makanan ringan lainnya. Strategi tata letak ini memungkinkan PT Indofood untuk menempatkan mesin dan lini produksi secara berurutan sesuai dengan jenis produk yang diproduksi. Misalnya, tempatkan penggilingan tepung dan pengaduk pasta, serta pengering dan mesin pengemas di sel yang berdekatan.

Dalam penelitian ini, dilakukan eksplorasi terhadap penerapan MRP dan ERP pada proses bisnis di PT. Indofood. MRP digunakan untuk memaksimalkan penggunaan sumber daya dan meminimalkan biaya produksi. Untuk mengimplementasikan MRP, PT. Indofood melakukan langkah-langkah berikut:

1. Identifikasi kebutuhan bahan yang akan digunakan dalam proses produksi, termasuk bahan baku, kemasan, dan bahan lainnya.
2. Melakukan Mapping Material References untuk mendapatkan informasi detail tentang setiap bahan yang dibutuhkan, seperti spesifikasi, harga, dan pemasok.
3. Melakukan perencanaan persediaan dan menggunakan sistem MRP untuk menentukan kuantitas material yang diperlukan agar proses produksi menjadi lebih efisien.
4. Merencanakan produksi dengan menggunakan sistem MRP untuk menentukan jumlah dan jadwal produksi berdasarkan kebutuhan material yang sudah ditentukan.
5. Mengkonversi semua data ke dalam bentuk pesanan atau rencana produksi yang dapat digunakan oleh unit bisnis di PT. Indofood.

Dinyatakan bahwa dengan adanya pengimplementasian ERP pada perusahaan berujung pada perkembangan PT. Indofood seperti adanya peningkatan yang pesat antara *supply* dan juga *demand* konsumen atas tiap area distribusi. Distribusi informasi juga terintegrasi, mempercepat arus informasi dan menyediakan data akurat yang diperlukan untuk pengambilan keputusan di setiap departemen. Selain itu, pelaksanaannya harus hemat biaya dan mengurangi biaya administrasi untuk perusahaan. (Angelica *et al.*, 2021)

IV. KESIMPULAN

Dalam penelitian yang kami ambil memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah manajemen operasional yang terjadi pada PT. Indofood Sukses Makmur dan menunjukkan hasil perbandingan manajemen operasional yang dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur sebelum, selama dan sesudah masa pandemic Covid-19. Maka sebelum pandemi, PT. Indofood memiliki supply chain management yang baik. Jaringan distribusi yang luas memungkinkan untuk menjangkau konsumen Indonesia dengan cepat.

1470

Selain itu, Indofood memiliki pabrik di lokasi strategis, sehingga proses produksi dan distribusi tidak menjadi kendala bagi perusahaan. Namun, pandemi yang melanda dunia pada tahun 2020 berdampak negatif pada rantai pasok pangan. Hal ini terjadi karena lonjakan permintaan akibat pembelian produk tersebut. Untuk mengatasi masalah ini, Indofood telah mengambil langkah-langkah untuk meningkatkan efisiensi produksi dan tenaga kerja dengan menambah jumlah bahan baku dan kemasan, menerapkan protokol kesehatan yang ketat bagi setiap karyawan perusahaan selama proses kerja, dan menggandeng personel logistik dan pemasok memastikan proses produksi dan penjualan berjalan lancar. PT Indofood juga memiliki berbagai cara untuk mengelola persediaan perusahaan secara efisien dan efektif. Selain fokus pada pengembangan bisnis, Indofood juga berkomitmen untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Hal ini menimbulkan masalah dimana tim analitik Indofood kesulitan menerapkan forecast management karena jumlah permintaan yang sulit diprediksi dan diperkirakan. Indofood meningkatkan manajemen peramalan perusahaan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber terpercaya seperti data penjualan. Perusahaan menyediakan aplikasi yang mudah untuk digunakan dengan mempermudah konsumen dalam mencari dan memesan produk pesanan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. (2021). *Strategi , Dampak dan Kinerja Karyawan di Masa Pandemi dan New Normal*. April.
- Alamsyah, R., Laili, R., & Zahri, A. (2020). ANALISIS TINGKAT KECACATAN KEMASAN MIE INSTANT DENGAN METODE SIX SIGMA (Studi Kasus PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk.). *Bina Darma Conference on Engineering Science*, 4(2), 512–526.
- Alamsyah, R., Laili, R., & Zahri, A. (2022). ANALISIS TINGKAT KECACATAN KEMASAN MIE INSTANT DENGAN METODE SIX SIGMA (Studi Kasus PT . Indofood CBP Sukses Makmur Tbk .). 512–526.
- Ariana, R. (2019). ANALISIS PERSEDIAAN MATERIAL PADA PROYEK GEDUNG KANTOR DPRD SURABAYA MENGGUNAKAN METODE MATERIAL REQUIREMENT PLANNING (MRP). 1–23.
- Cheren, Azril, A. M., Riqfi, T. M., & Cuandra Fendy. (2022). *Analisis Manajemen Operasional Pada Pt National Industrial Gases Indonesia*. 7(3), 562–568. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Cuandra, F., & Ryana, R. M. (2023). *Analisis Manajemen Operasional Perusahaan Manufaktur PT . Godrej Indonesia*. 4(January), 697–704.
- Djahidin, D. Y. (2018). Evaluasi Kualitas Informasi Sistem ERP Studi Kasus pada PT XYZ. *Jurnal Ilmiah FIFO*, 10(1), 53. <https://doi.org/10.22441/fifo.v10i1.2940>
- Fahrudin, Sunaika, & Fitri, M. (2022). Analisa Peran Sumber Daya Manusia dalam Manajemen Operasional terhadap Koperasi PP. Nurul Jadid. *Jurnal Keadaban*, 4(1), 13–25.
- Faiq, S. S., Rizal, M., Tahir, R., Bisnis, A., Padjadjaran, U., & Naskah, I. (2021). ANALISIS MANAJEMEN OPERASIONAL PERUSAHAAN MULTINASIONAL. 11(2), 135–143.
- Fathoni, M. Z., Hantono, B. S., Maria, A., Asih, S., Arif, M., No, J. G., & Tengah, J. (2022). *MATRIK Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi Seleksi Open source software ERP yang sesuai dengan karakter UMKM Indonesia*. XXII(2). <https://doi.org/10.350587/matrik>.
- Hedin, D., Binaefsa, P., Khotimah, H., Latief, I., Studi, P., Informasi, S., Teknologi, F., Visual, K., Al, T., Raya, J., Al, K., No, K., Selatan, K., & Jakarta, K. J. (2022). *IONTech SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PRODUKSI PLASTIK KEMASAN (STUDI KASUS PADA PT SINAR PELANGI KEMASINDO)* IONTech bisnis menjadi lebih sederhana adalah S upply Chain Management biaya percetakan plastik , PT Sinar Pelangi sistem menunjang proses bisnis. 03(01), 50–62.
- Kristanto, H., Cuandra, F., & Studi Manajemen, P. (2022). YUME : Journal of Management Penerapan Manajemen Operasional dalam Meningkatkan Kinerja di Apple, Inc. *YUME : Journal of Management*, 5(3), 84–96. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.457>
- Luvia, G., Hartono, K. S., Ong, F., & Cuandra, F. (2022). *Analisis Pengaruh Manajemen Operasional PT Indofood TBK Dengan Teori Terdahulu Sebagai Pembanding*. 7(3), 32–37. <https://doi.org/10.37531/mirai.v7i3.2492>
- Menne, F. (2022). Analisis Tren Kinerja Keuangan Sebelum Dan Saat Pandemi Covid-19 Pt Indofood Sukses Makmur Tbk Tahun 2015-2021. *JIAFE (Jurnal Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi)*, 8(2), 193–206. <https://doi.org/10.34204/jiafe.v8i2.5787>
- Mubarok, M. H. (2014). Strategi Pertumbuhan Berkelanjutan Indofood Di Pasar Kompetitif. *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 2(2), 99. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v2i2.5270>
- Purwanto, A., Asbari, M., Novitasari, D., Cahyono, Y., Wardana, W., Suryani, P., Fahmi, K., Mustofa, A., Rochmad, I., & Wahyuni, I. S. (2021). Peningkatan Kualitas Produk dengan Pelatihan ISO 9001:2015 Sistem Manajemen Mutu Pada Industri Packaging di Tangerang. *Journal of Community Service and Engagement (JOCOSAE)*, 01(02), 28–34.

-
- Salsabillah, S., & Rahmawati, I. D. (2021). Analysis of Calculation of Production Costs and Operational Costs Against Sales Results of PT. Indofood Sukses Makmur, Tbk. 2017-2019 period. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, 17, 1–14. <https://doi.org/10.21070/ijins.v17i.566>
- Septi, K. W., Mailul, K., Muhammad, R., & Naufal, K. A. (2019). *MANAJEMEN OPERASIONAL PERUSAHAAN INDOFOOD Ketua. 1701102010057*.
- Sgt Michael Mason, T. (2019). *P R I S M T He Jou R N a L of Com Ple X Oper At Ions*.
- Suryono, E., Djoko, P., & Edi, S. (2019). *Manajemen Operasional, Perpustakaan Nasional RI: Katalog Dalam Terbitan Susunan Tim Penyusun*.
- Tabroni. (2022). *Analisis Forecasting Demand Dengan Metode*. 2(3), 374–380.
- Vivi Widyanti. (2019). Analisis Fungsi Manajemen Operasional Di Pt So Good Food Wonoayu Sidoarjo . *Agora*, 7(1), 1–6.
- Wahjono, W. (2021). Peran Manajemen Operasional dalam Menunjang Keberlangsungan Kegiatan Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 17(2), 114–120. <https://doi.org/10.53845/infokam.v17i2.302>
- Zhang, A. (2022). Berbagai Kebijakan Perusahaan atau Industry Dalam Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi, dan Pendapatannya. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan ...*, 3(1), 334–341.