ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Volume 12 Nomor 1 Februari 2025

IDENTIFIKASI UPAYA INOVATIF PADA SUPPLY CHAIN PT. MULTI BINTANG INDONESIA TBK.
Titah Utami, Seno Aji Wahyono

PENGARUH GREEN KNOWLEDGE, GREEN PRODUCT, DAN GREEN PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION SEPEDA MOTOR RAMAH LINGKUNGAN
Studi pada Generasi Z di Pulau Jawa
Yohana Isabel Simanjuntak, Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti, Lucia Kurniawati

ANALISIS KINERJA SAHAM ANTM DAN INCO SERTA HARGA KOMODITAS EMAS SEBELUM DAN SESUDAH PERANG RUSIA-UKRAINA
Yunovisri Valenrio Buntuborrong, Steven Tumewa, Emeline Aime Kandiawan, Maichal Maichal

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM LAYANAN PENERBITAN BUKU UNTUK SMK: MENGEKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR KUNCI DAN PENDEKATAN PENINGKATAN KUALITAS
Hudria Zulvika, Bima Agustiya Rahman

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAKNYA DI SDS GOLDEN CHRISTIAN SCHOOL
Windra, Theresia Pradiani, Fathorrahman

ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

PARSIMONIA

Jurnal Akuntansi, Manajemen, dan Bisnis

Vol.12 No.1 Februari 2025

DAFTAR ISI

IDENTIFIKASI UPAYA INOVATIF PADA SUPPLY CHAIN PT. MULTI BINTANG INDONESIA TBK. 1-6
Titah Utami, Seno Aji Wahyono

PENGARUH GREEN KNOWLEDGE, GREEN PRODUCT, DAN GREEN PRICE TERHADAP GREEN PURCHASE INTENTION SEPEDA MOTOR RAMAH LINGKUNGAN (Studi pada Generasi Z di Pulau Jawa) 7-15
Yohana Isabel Simanjuntak, Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti, Lucia Kurniawati

ANALISIS KINERJA SAHAM ANTM DAN INCO SERTA HARGA KOMODITAS EMAS SEBELUM DAN SESUDAH PERANG RUSIA-UKRAINA 16-31
Yunovisri Valenrio Buntuborrong, Steven Tumewa, Emeline Aime Kandiawan, Maichal Maichal

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DALAM LAYANAN PENERBITAN BUKU UNTUK SMK: MENGEKSPLORASI FAKTOR-FAKTOR KUNCI DAN PENDEKATAN PENINGKATAN KUALITAS 32-36
Hudria Zulvika, Bima Agustiya Rahman

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN ORANG TUA MENYEKOLAHKAN ANAKNYA DI SDS GOLDEN CHRISTIAN SCHOOL 37-49
Windra, Theresia Pradiani, Fathorrahman

PARSIMONIA VOL 12. NO. 1 FEBRUARI 2025: 1-6 ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

IDENTIFIKASI UPAYA INOVATIF PADA SUPPLY CHAIN PT. MULTI BINTANG INDONESIA TBK.

Titah Utami[1], Seno Aji Wahyono[2]

Universitas Ma Chung[1,2]

e-mail: 132320012@student.machung.ac.id[1]

ABSTRAK

Rantai pasok merupakan kunci dalam menjaga keunggulan kompetitif perusahaan di tengah persaingan industri modern. Hal tersebut membuat inovasi menjadi penting untuk dilakukan agar kinerja rantai pasok tetap terjaga dan perusahaan berkembang. Masing-masing komponen dalam rantai pasok sangat berhubungan, saling menghidupi dan saling membutuhkan, sehingga upaya inovasi harus diterapkan secara merata. Penelitian ini mengamati upaya-upaya inovasi yang telah dilakukan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk pada rantai pasoknya. Penelitian ini merupakan kajian literatur terkait dengan sumber. Beberapa aspek yang ditinjau antara lain lokasi, manajemen rantai pasok global, peran manajer operasional, struktur organisasi dan lingkungan kerja, desain produk baru dan inovasi dalam konteks operasional, proses, dan keberlanjutan. Berdasarkan identifikasi aspek-aspek tersebut, ditemukan bahwa PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. telah mengembangkan dan mengimplementasikan budaya inovasi yang kuat. Perusahaan memahami pentingnya memilih lokasi yang sesuai dalam mendirikan pabrik pembuatan bir karena adanya kelebihan-kelebihan seperti tenaga kerja, lokasi geografis, dan kondisi permintaan. Sebagai anak perusahaan dari Heineken B.V, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. memiliki akses terhadap teknologi yang memudahkan digitalisasi *end-to-end* rantai pasok global. Dari sisi peran manajer operasional, perusahaan memiliki panduan universal untuk membentuk budaya inovasi yang ditanamkan pada setiap karyawan melalui webinar, *townhall meeting* dan *e-learning*. Pada aspek struktur organisasi dan lingkungan kerja, perusahaan menerapkan struktur perusahaan model organik yang diindikasikan oleh keterbukaan perusahaan pada kegiatan sosialisasi antar karyawan, struktur organisasi yang ramping, dan implementasi kerja secara *hybrid*. Perusahaan juga mengembangkan produk baru untuk beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen, seperti Bintang Radler 0.0%. Cut The Tosh merupakan inisiatif perusahaan untuk berinovasi dalam keberlanjutan.

Kata kunci: Inovasi, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk, Rantai Pasok

ABSTRACT

The supply chain is key to maintaining a company's competitive advantage amidst modern industrial competition. This makes innovation important to be carried out so that supply chain performance is maintained and the company grows. Each component in the supply chain is closely related, supports

ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

each other and needs each other, so innovation efforts must be applied evenly. This study examines the innovation efforts that have been carried out by PT. Multi Bintang Indonesia Tbk in its supply chain. This study is a literature review related to sources. Several aspects reviewed include location, global supply chain management, the role of operational managers, organizational structure and work environment, new product design and innovation in the context of operations, processes, and sustainability. Based on the identification of these aspects, it was found that PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. has developed and implemented a strong culture of innovation. The company understands the importance of choosing the right location to establish a brewery because of the advantages such as workforce, geographic location, and demand conditions. As a subsidiary of Heineken B.V, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. has access to technology that facilitates end-to-end digitalization of the global supply chain. In terms of the role of operational managers, the company has a universal guide to forming a culture of innovation that is instilled in every employee through webinars, townhall meetings and e-learning. In terms of organizational structure and work environment, the company implements an organic model company structure indicated by the company's openness to socialization activities between employees, a lean organizational structure, and hybrid work implementation. The company also develops new products to adapt to changes in consumer preferences, such as Bintang Radler 0.0%. Cut The Tosh is the company's initiative to innovate in sustainability.

Keywords: *Innovation, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk, Supply Chain*

PENDAHULUAN

PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. merupakan perusahaan yang memproduksi minuman beralkohol kategori A dan tidak beralkohol. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1929 dengan nama N.V. Nederlandsche-Indische Bierbrouwerijen di Medan. Pada tahun 1936, Heineken menjadi pemegang saham utama dengan persentase kepemilikan saham sebesar 81% dan terus mengembangkan perusahaan tersebut hingga saat ini. Adapun visi PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. yaitu *'We brew the joy of true togetherness to inspire a better world.'* yang berarti meracik kegembiraan akan kebersamaan sejati untuk menginspirasi dunia yang lebih baik. Misi perusahaan terdiri dari 4 poin, yaitu 1) *Passion for consumers & customers* (Semangat terhadap konsumen dan pelanggan), 2) *Courage to dream & pioneer* (Keberanian untuk bermimpi dan merintis), 3) *Care for people & planet* (Peduli terhadap manusia dan bumi), 4) *Enjoyment of life* (Kenikmatan hidup).

Rantai pasok sebagai salah satu faktor penentu daya saing perusahaan membutuhkan kolaborasi dari berbagai pihak agar dapat berjalan dengan efisien. Setiap komponen pada rantai pasok saling menghidupi dan saling membutuhkan. Rantai pasok yang baik mampu mempercepat produksi dan distribusi produk dan/atau jasa, menghemat biaya, dan lain sebagainya. Namun, hal tersebut hanya dapat terwujud dengan dukungan berupa pengelolaan operasional yang efektif. Maka, agar perusahaan mampu mendapatkan keunggulan kompetitif dari rantai pasoknya, diperlukan tinjauan sisi operasional PT. Multi

ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

Bintang Indonesia Tbk. Berikut identifikasi upaya peningkatan daya saing supply chain pada PT. Multi Bintang Indonesia Tbk.

Rantai pasok sebagai faktor penentu keberhasilan perusahaan mengharuskan perusahaan untuk beradaptasi guna mencapai keunggulan operasional dan tetap bersaing. Sebagai salah satu anak perusahaan produsen bir terdepan di dunia, upaya inovatif PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. patut untuk dicermati karena dapat menginspirasi pabrik bir lain untuk mengadopsi strategi serupa. Mengidentifikasi praktik rantai pasok inovatif pabrik bir yang sudah mapan dapat memberikan wawasan berharga agar pabrik bir lain dapat terdorong untuk mengoptimalkan operasi, mendorong pengembangan rencana darurat, dan menumbuhkan budaya inovasi dalam industri pembuatan bir secara keseluruhan.

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kajian pustaka. Sumber-sumber data diperoleh dan diolah dari situs resmi PT. Multi Bintang Indonesia Tbk., perusahaan induk Heineken B.V, laporan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. Data pendukung diperoleh dari berbagai artikel berita terkait PT. Multi Bintang Indonesia maupun perusahaan induknya. Adapun kerangka yang digunakan untuk mengidentifikasi upaya-upaya inovatif PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. yaitu dari buku Garza-Reyes, dkk. (2018) *Managing Innovation and Operations in the 21st Century*. Aspek-aspek yang ditinjau dalam upaya inovatif rantai pasok PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. antara lain: 1) Lokasi sebagai determinan eksternal kinerja inovasi; 2) Inovasi dalam pengelolaan rantai pasok global; 3) Peran manajer operasional; 4) Struktur organisasi dan lingkungan pekerjaan; 5) Perancangan produk baru dan inovasi dalam konteks operasional; 6) Inovasi proses; 7) Inovasi dan keberlanjutan; 8) *Going beyond managing*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai perusahaan dengan pangsa pasar bir terbesar di Indonesia, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. tetap menyadari pentingnya berinovasi dan terus melakukan perbaikan yang berkelanjutan. Dari sisi eksternal lokasi, upaya perusahaan nampak dari pemilihan lokasi *brewery* yaitu Mojokerto dan Tangerang. Beberapa hal yang dipertimbangkan ketika membangun suatu pabrik yakni ketersediaan bahan atau kedekatan dengan lokasi, UMR, insentif pajak, ketersediaan tenaga kerja, dan permintaan pasar. Pada aspek rantai pasok global, perusahaan secara otomatis tergabung dengan rantai pasok Heineken. Dengan *brewery* dan titik distribusi yang tersebar luas di seluruh dunia, Heineken terus mencari cara untuk berinovasi dalam pengelolaan rantai pasoknya. Untuk semakin mempermudah distribusi produk perusahaan, PT. Multi Bintang Indonesia Niaga yaitu anak perusahaan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk., bertindak sebagai distributor utama untuk mendistribusikan dan memasarkan produk-produk PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. di semua kota besar Indonesia maupun di luar negeri. Sebagaimana tercatat dalam laporan tahunan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk., perusahaan juga turut mengimplementasikan digitalisasi rantai pasok perusahaan dengan fokus pengembangan *end-to end* (hulu ke hilir) sebagai upaya penguatan kinerja rantai pasoknya.

ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

Secara internal, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. memiliki budaya perusahaan yang kuat. Hal tersebut dibuktikan dari beberapa program sosialisasi budaya dan pengembangan karakter karyawan yang seluruhnya berpegang pada panduan HEINEKEN Behaviours. Program-program tersebut antara lain *Women in Sales, Employee Engagement @ Away From Work*, dan lain sebagainya dengan media komunikasi *townhall meeting,* webinar, dan *e-learning platform*. Sebagai perusahaan dengan lebih dari empat ratus karyawan aktif, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. menggunakan model organisasi mekanistik dengan beberapa indikasi struktur organik. Hal ini nampak pada keterbukaan perusahaan dengan mengadakan sosialisasi antar karyawan perusahaan secara rutin dan fleksibilitas perusahaan dengan memberikan pilihan untuk bekerja secara *hybrid*.

Pada sisi perancangan produk baru, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. sebagai bagian dari Heineken turut menerapkan inovasi terbuka dengan melibatkan pihak-pihak eksternal untuk *idea screening* maupun menyampaikan solusi dalam isu keberlanjutan, desain kemasan, dan lain sebagainya melalui situs The Brewhouse. Selain pihak eksternal, perusahaan juga memiliki sistem internal untuk melibatkan pemegang saham, pemasok, dan rekan lainnya dalam proses pengembangan produk, *prototyping*, dan sebagainya dengan Heineken Frontier. Dari aspek proses, perusahaan hanya mempublikasikan tahap-tahap produksi produk unggulannya yaitu bir. Minimnya literatur terkait tata letak perusahaan mengindikasikan bahwa perusahaan menjaga informasi tersebut dengan ketat.

PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. merupakan salah satu perusahaan terdepan dalam menyerukan inovasi dan keberlanjutan. Program Brew a Better World (BaBW) merupakan strategi Lingkungan, Sosial, dan Tata Kelola (ESG) yang dicetuskan oleh perusahaan dan mencakup tiga pilar keberlanjutan. Program tersebut menjadi target perusahaan untuk mencapai *net zero* pada tahun 2030. Sejak program tersebut dimulai, perusahaan telah berangsur-angsur mengurangi penggunaan air, beralih kepada teknologi terbarukan melalui kerjasama dengan PT. Tasma Bio Energi, megupayakan pemanfaatan *brewer's spent grain* (BSG) melalui kolaborasi dengan RE:harvest dan sebagainya. Perbaikan jasa dan proses yang sudah ada juga dilakukan oleh PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. melalui ekspansi kapasitas brewery Mojokerto pada tahun 2022 untuk proyek jangka panjang dan kampanye pemasaran seperti Heineken Escape Room, Sip and Sync, dan Heineken Greener Bar untuk mensosialisasikan *responsible drinking*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Rantai pasok merupakan salah satu kunci untuk menjaga keberlangsungan suatu perusahaan. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing perusahaan adalah dengan memaksimalkan keunggulan kompetitif melalui pengelolaan rantai pasok yang baik. Namun, rantai pasok tidak dapat dikembangkan secara maksimal tanpa mempertimbangkan aspek lain dalam perusahaan seperti pengelolaan operasional.

Sebagai anak perusahaan Heineken International B.V, PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. memiliki keunggulan kompetitif rantai pasok global yang didukung dengan pengelolaan operasional demi mendorong inovasi yang berkelanjutan secara holistik. Berdasarkan laporan tahunan PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. Tahun 2022, perusahaan mencatat peningkatan kinerja dan pendapatan yang

ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

signifikan dengan penjualan bersih sebesar Rp. 3.114.907 juta dibandingkan Rp. 1.985.009 juta rupiah pada tahun 2020. Hal tersebut menandakan bahwa PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. telah mengambil langkah-langkah yang tepat dalam mengatur dan mengelola rantai pasok dan operasionalnya, sehingga perusahaan harus memelihara dan menyempurnakan kinerjanya untuk masa mendatang. Perusahaan pembuat bir lainnya dapat mengaplikasikan strategi-strategi yang dikembangkan oleh PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. Bersama Heineken International B.V. untuk meningkatkan daya saingnya dan mendorong budaya inovasi dalam industri pembuat bir.

DAFTAR PUSTAKA

Alonso, T. (2023, February 8). *How Heineken became one of the world's most popular beers*. Strategy Factory by Cascade. https://www.cascade.app/studies/how-heineken-became-one-of-the-worlds-most-popular-beers

Ardiansyah, V., & Huda, S. (2023). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENYERAPAN TENAGA KERJA INDUSTRI BESAR DAN SEDANG DI KABUPATEN MOJOKERTO. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo*, *9*(1), 185. https://doi.org/10.35906/jep.v9i1.1489

Badan Pusat Statisfik. (1998). *Statistik Indonesia 1997*.

Badan Pusat Statistik. (2023). *Konsumsi Alkohol Oleh Penduduk Umur ≥ 15 Tahun Dalam Satu Tahun Terakhir (Liter Per Kapita), 2021-2022*.

Binekasri, R. (2023, May 29). *Emiten Heineken Bikin Bir Ramah Lingkungan*. CNBC Indonesia. https://www.cnbcindonesia.com/market/20230529092402-17-441326/emiten-heineken-bikin-bir-ramah-lingkungan

Elvira, V. (2022, May 11). *Multi Bintang Indonesia (MLBI) Mulai Melanjutkan Ekspansi Kapasitas Pabrik*. Kontan.Co.Id. https://newssetup.kontan.co.id/news/multi-bintang-indonesia-mlbi-mulai-melanjutkan-ekspansi-kapasitas-pabrik

Garza-Reyes, J. A., Kumar, V., Martinez-Covarrubias, J., & Lim, M. K. (2018). *Managing Innovation and Operations in the 21st Century*. Taylor & Francis Group.

Halidi, R., & Efendi, D. A. (2022, May 19). *Mengenal Cut the Tosh, Gerakan Anyar yang Diharapkan Ampuh atasi Masalah Lingkungan*. Suara.Com. https://www.suara.com/lifestyle/2022/05/19/051000/mengenal-cut-the-tosh-gerakan-anyar-yang-diharapkan-ampuh-atasi-masalah-lingkungan

Jane, E. Y. K. S. (2018, November 8). *Pabrik Bir di Mojokerto Kini Dilengkapi Fasilitas Biomassa Sumber: jatimnow.com https://jatimnow.com/baca-8879-pabrik-bir-di-mojokerto-kini-dilengkapi-fasilitas-biomassa*. Jatimnow.Com. https://jatimnow.com/baca-8879-pabrik-bir-di-mojokerto-kini-dilengkapi-fasilitas-biomassa

Mahaesa, R., & Huda, S. (2022). POTENSI SEKTOR UNGGULAN KABUPATEN PASURUAN DAN KABUPATEN MOJOKERTO. *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan*, *5*(1), 553–562. https://doi.org/10.33005/jdep.v5i1.314

ISSN 2355-5483
E-ISSN 2745-3545

Moreira, A. C., Ferreira, L. M. D. F., & Zimmermann, R. A. (2018a). *Innovation and Supply Chain Management* (A. C. Moreira, L. M. D. F. Ferreira, & R. A. Zimmermann, Eds.). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74304-2

Moreira, A. C., Ferreira, L. M. D. F., & Zimmermann, R. A. (2018b). *Innovation and Supply Chain Management* (A. C. Moreira, L. M. D. F. Ferreira, & R. A. Zimmermann, Eds.). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-74304-2

Nurhayati-Wolff, H. (2023). *Alcohol consumption per capita in urban areas of Indonesia from 2015 to 2022 (in liters per annum)**. https://www.statista.com/statistics/1006286/indonesia-alcohol-consumption-per-capita/

PT. Multi Bintang Indonesia Tbk. (2023). *Laporan Tahunan 2022*.

Purwanto, A. (2021, October 19). *Kota Tangerang: Kota Seribu Industri Sejuta Jasa*. KOMPAS.Id. https://www.kompas.id/baca/daerah/2021/10/19/kota-tangerang-kota-seribu-industri-sejuta-jasa

Purwanto, A. (2022, September 19). *Kabupaten Mojokerto: Daerah Industri dalam Jejak Kemegahan Majapahit*. KOMPASPEDIA. https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kabupaten-mojokerto-daerah-industri-dalam-jejak-kemegahan-majapahit

RUSU, G., & AVASILCAI, S. (2014). CO-CREATION VALUE THROUGH CUSTOMERS PROACTIVE ENGAGEMENT: A CASE STUDY ON HEINEKEN (A). *ANNALS OF THE ORADEA UNIVERSITY. Fascicle of Management and Technological Engineering.*, *XXIII (XIII), 2014/3*(3). https://doi.org/10.15660/AUOFMTE.2014-3.3074

Sari, I. P. (2023). Peranan Potensi Sektor Ekonomi Daerah terhadap Kelangsungan Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Mojokerto. *Indonesian Journal of Sustainability Policy and Technology*, *1*(1), 1–16. https://dhsjournal.id/index.php/ijospat/index

Setiawan, D. (2023a, June 7). *Mengintip Proses Pembuatan Bir Langsung di Pabriknya*. https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1607014-mengintip-proses-pembuatan-bir-langsung-di-pabriknya

Setiawan, D. (2023b, June 7). *Mengintip Proses Pembuatan Bir Langsung di Pabriknya*. https://www.viva.co.id/gaya-hidup/kuliner/1607014-mengintip-proses-pembuatan-bir-langsung-di-pabriknya

Syaputri, A. B. S. (2018, November 12). *Biomassa di Pabrik Bir Bintang*. Marketeers. https://www.marketeers.com/biomassa-di-pabrik-bir-bintang/