

TRANSFORMASI DIGITAL MONDELEZ INTERNATIONAL: REVOLUSI DAN INOVASI DALAM INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN MELALUI TEKNOLOGI

Aldo Hendrian¹, Aprizal Ferdinand Saragi², Soetam Rizky Wicaksono³

^{1,2,3}Universitas Ma Chung, Malang, Indonesia

Email: ¹aldohendrian23@gmail.com, ²aprizalferdinand@gmail.com, ³soetam.rizky@machung.ac.id

* Aldo Hendrian

Abstrak

Dokumen ini membahas tentang pengekplorasi perjalanan transformasi digital Mondelez International, pemimpin global dalam industri makanan dan minuman khususnya pada produksi makanan ringan. Penelitian ini mencakup latar belakang perusahaan, perubahan spesifik yang diperkenalkan melalui inovasi digital, serta motivasi di balik transformasi tersebut. Poin-poin utama meliputi bagaimana teknologi mengubah proses produksi tradisional, dampaknya terhadap efisiensi operasional, serta bagaimana penggunaan alat digital berkontribusi pada pertumbuhan dan keunggulan kompetitif perusahaan. Studi ini menunjukkan bahwa inisiatif digital Mondelez, terutama dalam wawasan pelanggan berbasis AI dan platform e-commerce, penting dalam menjawab tantangan industri dan mendorong pertumbuhan di masa depan.

Kata kunci: Mondelez International, transformasi digital, makanan dan minuman, AI di manufaktur, efisiensi operasional, e-commerce, disrupti teknologi, SWOT, PEST

Abstract

This document discusses the exploration of the digital transformation journey of Mondelez International, a global leader in the food and beverage industry with a particular focus on snack production. The research covers the company's background, the specific changes introduced through digital innovation, as well as the motivations behind the transformation. Key points include how technology is transforming traditional production processes, its impact on operational efficiency, and how the use of digital tools contributes to the company's growth and competitive advantage. The study shows that Mondelez's digital initiatives, particularly in AI-driven customer insights and e-commerce platforms, are critical in addressing industry challenges and driving future growth..

Keywords: Mondelez International, digital transformation, food and beverage, AI in manufacturing, operational efficiency, e-commerce, technology disruption, SWOT, PEST

Pendahuluan

Transformasi digital telah menjadi fenomena global yang mendorong perusahaan di berbagai sektor untuk mengadopsi teknologi baru demi mempertahankan daya saing dan relevansi di pasar (Schwertner 2017), (Almunawar, de Pablos, and Anshari 2023). Dalam industri makanan dan minuman, perubahan ini memiliki dampak signifikan terhadap cara perusahaan memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk mereka (Sidabutar and Siswanto 2024). Mondelez International, pemimpin global dalam industri makanan ringan, telah berhasil menunjukkan bagaimana transformasi digital dapat mengubah operasional perusahaan secara holistik, mulai dari analisis konsumen hingga efisiensi logistik (Mangifera and Mawardi n.d.) (El-Gohary, Edwards, and Ben Mimoun 2021).

Sebelum mengadopsi transformasi digital, Mondelez menghadapi berbagai tantangan operasional, termasuk keterbatasan fleksibilitas proses manufaktur dan distribusi dalam merespons kebutuhan pasar yang terus berubah (Tatar et al. 2021). Dengan penerapan teknologi kecerdasan buatan (AI), Perusahaan ini mampu menganalisis data konsumen secara mendalam untuk menciptakan kampanye pemasaran yang personal (Reddy and Reddy n.d.), seperti dalam kampanye Sour Patch Kids yang menargetkan generasi Z dengan pendekatan berbasis empati (Ryan 2018). Selain itu, kolaborasi dengan StayinFront memungkinkan tenaga penjualan lapangan menggunakan perangkat lunak berbasis Android untuk mengakses data real-time (Erceg and Sekuloska 2019), meningkatkan efisiensi operasional, dan memastikan kepatuhan promosi di

lapangan.

Kajian literatur mendukung pentingnya digitalisasi di sektor manufaktur dan makanan ringan.(Dikert, Paasivaara, and Lassenius 2016)menyoroti bahwa transformasi digital pada skala besar, jika dikelola dengan baik, dapat mengatasi tantangan kompleksitas dalam operasional bisnis. Lebih jauh lagi, studi oleh (Rohmah and Komarudin 2023) menunjukkan bahwa teknologi digital seperti AI dan e-commerce dapat memberikan dampak langsung pada pertumbuhan pendapatan perusahaan dengan mengoptimalkan pengalaman konsumen dan efisiensi internal.

Kebaruan ilmiah dari kajian ini terletak pada analisis mendalam tentang bagaimana Mondelez berhasil memanfaatkan teknologi digital untuk mengatasi tantangan spesifik dalam industri makanan ringan. Inisiatif-inisiatif seperti alokasi 50% anggaran media ke platform digital sejak 2016, serta penggunaan programatik dan video online, menunjukkan pendekatan inovatif yang memberikan ROI tinggi dan menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat antara merek dan konsumen(Tahoun and Taher 2022).

Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana Mondelez mengintegrasikan teknologi digital untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di pasar global yang sangat kompetitif(Farhan Masud MDFARHAN n.d.),(Thomas 2020). Kajian ini juga mengeksplorasi bagaimana pendekatan tersebut dapat direplikasi oleh perusahaan lain dalam industri serupa untuk mencapai hasil yang serupa atau lebih baik(Kurniawan et al. 2024).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi transformasi digital Mondelez International, dengan fokus pada inovasi teknologi, dampaknya terhadap efisiensi operasional, serta kontribusinya dalam membangun hubungan pelanggan dan pertumbuhan perusahaan. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan lain yang ingin mengadopsi transformasi digital untuk mencapai keunggulan kompetitif di era disrupsi teknologi.

Metode Penelitian

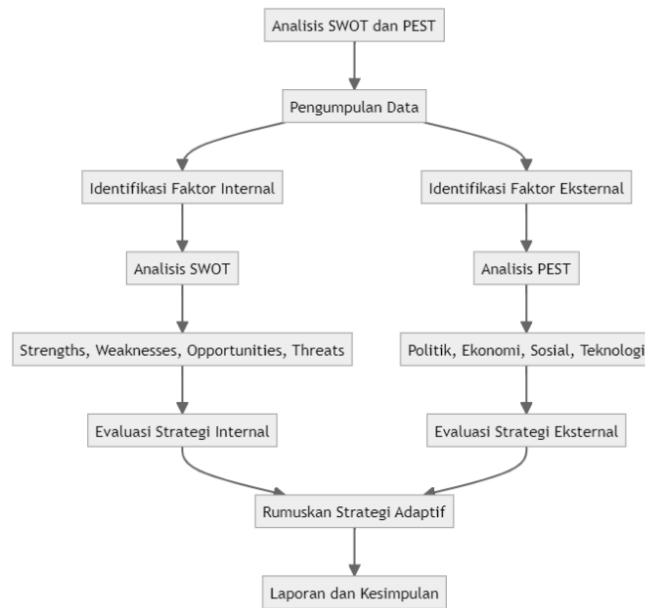
Metode penelitian yang digunakan dalam dokumen ini menggabungkan analisis SWOT dan PEST untuk mengevaluasi posisi strategis dan operasional Mondelez International dalam konteks transformasi digital. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan wawasan menyeluruh terkait faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perusahaan, sekaligus menyusun strategi adaptif untuk pertumbuhan jangka panjang.

Analisis SWOT difokuskan pada empat elemen kunci. Dalam aspek kekuatan (Strengths), dokumen mengidentifikasi penggunaan teknologi canggih seperti kecerdasan buatan (AI) dan blockchain yang meningkatkan efisiensi operasional serta memperkuat rantai pasokan (Tsolakis et al. 2023). Namun, kelemahan (Weaknesses) perusahaan meliputi ketergantungan besar pada teknologi digital, yang menimbulkan risiko saat terjadi gangguan teknis, serta keterbatasan infrastruktur di pasar negara berkembang. Peluang (Opportunities) mencakup pertumbuhan e-commerce global yang memungkinkan distribusi produk secara lebih luas dan hemat biaya, sementara ancaman (Threats) melibatkan persaingan pasar yang ketat dan regulasi privasi data yang semakin kompleks.

Metode PEST digunakan untuk menganalisis faktor eksternal yang mencakup aspek Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi. Dari sudut pandang politik, dukungan terhadap kebijakan perdagangan bebas dan keberlanjutan lingkungan memberikan nilai tambah bagi perusahaan, meskipun beberapa tantangan implementasi masih ada (Arte et al. 2023). Aspek ekonomi menunjukkan dampak positif dari transformasi digital, seperti pengurangan pemborosan dan efisiensi rantai pasokan, meski fluktuasi nilai tukar mata uang menjadi tantangan (Małkowska, Urbaniec, and Kosała 2021). Analisis sosial menyoroti program keberlanjutan Cocoa Life yang meningkatkan kesejahteraan petani kakao, tetapi perusahaan menghadapi kritik terkait isu pekerja anak. Teknologi menjadi pilar utama dengan penggunaan AI dan blockchain untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi.

Dengan kombinasi kedua analisis tersebut, penelitian ini berhasil menggali dampak transformasi digital pada aspek operasional dan strategis Mondelez (Matt, Hess, and Benlian 2015). SWOT memberikan pandangan mendalam tentang keunggulan dan tantangan internal perusahaan, sementara PEST mengidentifikasi bagaimana faktor eksternal, seperti regulasi atau tren pasar, dapat memengaruhi kinerja perusahaan (Haidar n.d.). Pendekatan ini menghasilkan rekomendasi yang berorientasi pada efisiensi dan inovasi untuk mempertahankan posisi kompetitif.

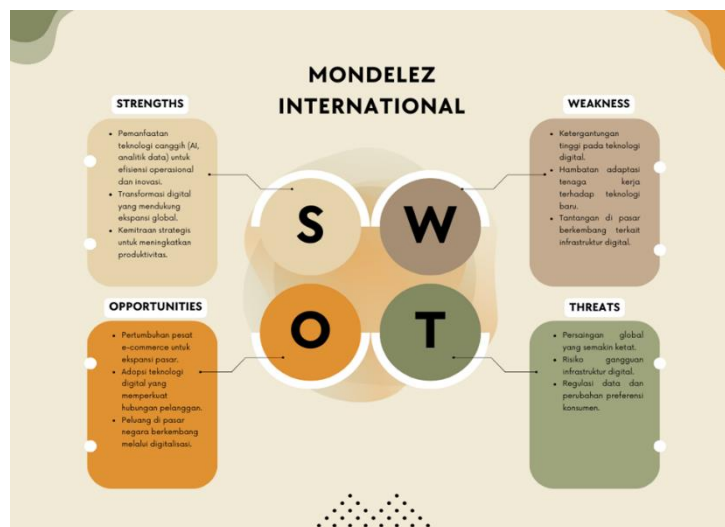
Metode ini relevan dalam konteks transformasi digital karena memungkinkan perusahaan untuk memahami tantangan dan peluang secara menyeluruh. Hasil analisis dapat digunakan untuk menyusun strategi berbasis data yang memperkuat kinerja operasional dan keunggulan kompetitif di pasar global. Kombinasi SWOT dan PEST menciptakan kerangka kerja yang komprehensif bagi Mondelez International untuk merespons dinamika pasar dengan lebih efektif.



Gambar 1. Flowchart

Hasil dan Pembahasan

A. Analisis SWOT



Gambar 2. Analisis SWOT

Transformasi digital yang dilakukan oleh Mondelez International telah memberikan dampak signifikan terhadap operasional perusahaan, strategi pemasaran, serta daya saing di pasar global. Untuk memahami lebih jauh kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan, analisis SWOT memberikan wawasan strategis yang penting. Berikut ini adalah pemaparan hasil analisis SWOT Mondelez International yang diuraikan berdasarkan masing-masing komponen.

1. Strength (Kekuatan)

Mondelez International memiliki kekuatan utama pada penggunaan teknologi canggih untuk meningkatkan efisiensi operasional. Penerapan kecerdasan buatan (AI) dan alat analitik memungkinkan perusahaan mengotomatisasi proses yang sebelumnya bergantung pada intervensi manual. Teknologi ini juga memberikan kemampuan untuk membuat keputusan berbasis data secara real-time, meningkatkan akurasi prediksi permintaan pasar, serta mengurangi pemborosan sumber daya. Dengan strategi ini, Mondelez dapat menciptakan proses manufaktur yang lebih

efisien, mempercepat inovasi produk, dan mempertahankan daya saing di industri makanan ringan yang kompetitif.

Selain itu, fokus perusahaan pada inovasi berbasis data menjadi kekuatan yang mendorong hubungan emosional yang lebih dalam dengan konsumen. Dengan memanfaatkan analitik data yang mendalam, Mondelez mampu menghasilkan wawasan pelanggan yang relevan untuk mendukung kampanye pemasaran yang personal. Hal ini meningkatkan loyalitas konsumen dan memberikan ROI yang signifikan. Peralihan lebih dari 50% anggaran pemasaran ke platform digital seperti programatik dan video online juga memperluas jangkauan perusahaan di pasar global.

Tabel 1. Stength (Kekuatan)

Strenght (Kekuatan)	SO Strategies	ST Strategies
Penggunaan Teknologi Canggih untuk Efisiensi Operasional	Memanfaatkan teknologi AI dan analitik data untuk meningkatkan penetrasi di pasar e-commerce global.	Menggunakan AI dan transformasi digital untuk menciptakan keunggulan kompetitif terhadap pesaing berbasis teknologi.
Fokus pada Inovasi Berbasis Data	Menggunakan data konsumen secara real-time untuk menciptakan produk baru yang sesuai dengan preferensi pasar.	Memanfaatkan inovasi berbasis data untuk menyesuaikan produk dengan perubahan preferensi konsumen.
Transformasi Digital yang Komprehensif	Memaksimalkan transformasi digital untuk memperluas pemasaran di wilayah dengan pertumbuhan penetrasi digital tinggi.	Berkolaborasi dengan mitra teknologi untuk mengadopsi solusi operasional yang lebih fleksibel menghadapi disrupsi pasar.
Kolaborasi Strategis dengan Mitra Teknologi	Berkolaborasi dengan mitra teknologi untuk mengoptimalkan distribusi dan meningkatkan efisiensi operasional di pasar strategis.	Mengoptimalkan pemasaran digital untuk memperkuat kesadaran merek dan melawan ancaman dari merek baru.

2. Weakness (Kelemahan)

Ketergantungan tinggi pada teknologi digital menjadi salah satu kelemahan yang perlu diantisipasi Mondelez. Transformasi digital ini meningkatkan risiko jika terjadi gangguan teknologi, seperti serangan siber atau kegagalan infrastruktur digital. Selain itu, biaya besar yang diperlukan untuk pemeliharaan teknologi dapat menjadi tantangan, terutama di wilayah dengan konektivitas internet yang tidak stabil.

Kelemahan lainnya adalah kurangnya fleksibilitas dalam penyesuaian proses tradisional menuju sistem digital. Transisi ini memerlukan waktu, sumber daya, dan pelatihan intensif bagi tenaga kerja. Hambatan dalam menyelaraskan teknologi baru dengan sistem tradisional dapat menciptakan inefisiensi sementara, yang pada akhirnya memengaruhi kemampuan perusahaan untuk memenuhi ekspektasi konsumen.

Tabel 2. Weakness (Kelemahan)

Weakness (Kelemahan)	WO Strategies	WT Strategies
Ketergantungan Tinggi pada Teknologi Digital	Memanfaatkan kemitraan teknologi untuk mengurangi ketergantungan terhadap infrastruktur internal dan meningkatkan stabilitas operasional di pasar yang kurang berkembang secara	Mengadopsi langkah-langkah keamanan data yang proaktif untuk meminimalkan risiko kebocoran data konsumen dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi privasi internasional.

	digital.	
Kurangnya Fleksibilitas dalam Penyesuaian Proses Tradisional	Menggunakan pelatihan intensif dan kolaborasi global untuk mempercepat adaptasi tenaga kerja terhadap teknologi baru, sehingga mengatasi keterbatasan fleksibilitas proses tradisional.	Menggunakan strategi diversifikasi teknologi untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu sistem atau teknologi tertentu yang rentan terhadap gangguan.
Keterbatasan Sumber Daya di Pasar Berkembang	Mengoptimalkan strategi digital pada pasar negara berkembang dengan pendekatan hybrid yang menggabungkan teknologi modern dengan metode tradisional yang sesuai dengan kondisi lokal.	Mengembangkan solusi operasional lokal di pasar berkembang untuk mengatasi hambatan infrastruktur, seperti menggunakan teknologi ringan yang tidak memerlukan konektivitas tinggi.
Risiko Pengelolaan Data Konsumen yang Kompleks	Memanfaatkan wawasan berbasis data untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar berkembang, sehingga alokasi sumber daya dapat dilakukan lebih strategis dan berdampak maksimal.	Meningkatkan integrasi teknologi dengan proses tradisional untuk menjaga stabilitas selama transisi digital dan mencegah inefisiensi operasional di tengah persaingan pasar yang ketat.

3. Opportunities (Peluang)

Pertumbuhan pesat sektor e-commerce global memberikan peluang besar bagi Mondelez untuk memperluas saluran distribusinya. Dengan memanfaatkan platform digital, perusahaan dapat memperkenalkan produk baru dan menjangkau konsumen di berbagai wilayah dengan lebih efektif. Selain itu, perkembangan teknologi AI dan analitik data memberikan kemampuan untuk mengoptimalkan rantai pasokan dan merancang strategi pemasaran yang lebih terarah.

Pasar negara berkembang juga menawarkan potensi pertumbuhan yang signifikan. Dengan meningkatnya penetrasi internet di wilayah tersebut, Mondelez dapat memanfaatkan pemasaran digital yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperluas pangsa pasar. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk terus berkembang di pasar-pasar baru sambil meningkatkan loyalitas konsumen.

Tabel 3. Opportunities (Peluang)

Opportunities (Peluang)	SO Strategies	ST Strategies
Pertumbuhan Pesat E-commerce Global	Memanfaatkan e-commerce untuk memperluas jangkauan pasar dengan memanfaatkan platform digital yang sudah ada untuk menjangkau konsumen di pasar global, meningkatkan penjualan, dan memperkenalkan produk baru ke pasar yang lebih luas.	Menggunakan AI dan teknologi digital untuk melawan persaingan yang semakin ketat dengan meningkatkan kualitas kampanye pemasaran, memperkuat loyalitas pelanggan, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi konsumen.
Adopsi Teknologi Digital yang Meningkat	Menggunakan pemasaran berbasis data dan AI untuk menargetkan konsumen dengan lebih tepat di platform digital, memperkuat hubungan emosional dengan pelanggan, serta meningkatkan ROI dari kampanye pemasaran.	Memanfaatkan data konsumen yang dianalisis secara mendalam untuk merespons perubahan preferensi pasar dan menyesuaikan produk serta pemasaran sesuai dengan permintaan yang berubah-ubah, menjaga keunggulan kompetitif

		di pasar yang dinamis.	
Perkembangan AI dan Analitik Data Lanjutan	Mengintegrasikan teknologi AI dalam operasional dan manufaktur untuk mengoptimalkan efisiensi produksi dan distribusi, mengurangi biaya operasional, serta mempercepat respons terhadap tren pasar yang berkembang.	Memperkuat kehadiran di pasar negara berkembang dengan menyesuaikan produk dan strategi pemasaran berbasis data, sehingga dapat bersaing dengan pesaing lokal yang lebih memahami kebutuhan pasar setempat.	
Peluang Penetrasi di Pasar Negara Berkembang	Memperluas penetrasi di pasar negara berkembang dengan menggunakan platform digital dan e-commerce yang sedang berkembang untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek di wilayah tersebut.	Memanfaatkan platform digital untuk memperluas saluran distribusi guna meningkatkan efisiensi pemasaran dan distribusi di pasar-pasar yang kompetitif, memastikan akses yang lebih cepat dan lebih efektif terhadap konsumen di pasar global.	

4. Threats (Ancaman)

Ancaman utama yang dihadapi Mondelez adalah persaingan yang semakin ketat di industri makanan ringan. Perusahaan-perusahaan baru yang lebih gesit dan inovatif dapat mengancam posisi pasar Mondelez jika mereka tidak dapat mengikuti tren inovasi dengan cepat. Selain itu, perubahan preferensi konsumen terhadap produk yang lebih sehat dan ramah lingkungan juga menuntut Mondelez untuk terus menyesuaikan produknya agar tetap relevan.

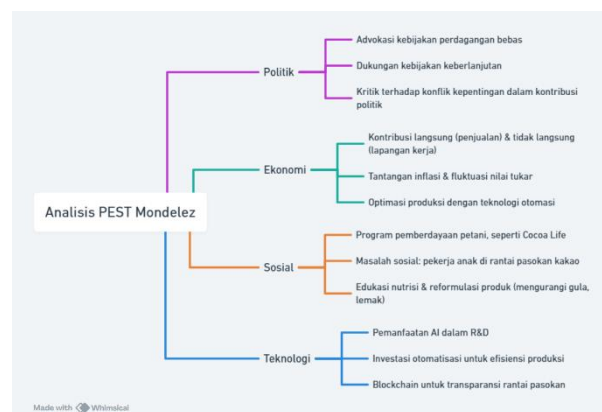
Regulasi yang ketat terkait privasi data, seperti GDPR di Uni Eropa, juga menjadi tantangan besar. Mondelez perlu memastikan bahwa pengelolaan data konsumen mematuhi standar internasional untuk menghindari denda dan kerugian reputasi. Ketergantungan pada infrastruktur digital juga memperbesar risiko terhadap serangan siber, yang dapat mengganggu operasi perusahaan secara signifikan.

Tabel 4. Threats (Ancaman)

Threats (Ancaman)	ST Strategies	WT Strategies	
Pertumbuhan Pesat E-commerce Global	Menggunakan kekuatan teknologi digital dan AI untuk meningkatkan personalisasi kampanye pemasaran dan mempertahankan loyalitas pelanggan meskipun ada persaingan yang semakin ketat. Dengan memanfaatkan analitik data, Mondelez dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih tepat sasaran dan meningkatkan pengaruh mereknya di pasar.	Mengurangi ketergantungan pada infrastruktur digital yang rentan dengan menyusun rencana pemulihan bencana yang lebih baik dan mendiversifikasi sistem untuk meminimalkan gangguan operasional. Dunia yang semakin terhubung secara digital memerlukan strategi cadangan yang kuat untuk menjaga kelangsungan operasional jika terjadi masalah dengan teknologi.	
Adopsi Teknologi Digital yang Meningkat	Memperkuat infrastruktur digital dan keamanan siber untuk mengurangi risiko gangguan operasional. Dengan	Mempercepat proses transisi digital untuk mengurangi ketergantungan pada proses tradisional yang lebih rentan	

	berinvestasi dalam sistem keamanan yang lebih baik dan memperbarui teknologi secara berkala, Mondelez dapat memitigasi potensi ancaman terhadap operasional yang bergantung pada infrastruktur digital.	terhadap ancaman persaingan dan perubahan pasar. Mondelez perlu meningkatkan fleksibilitas operasional agar dapat lebih cepat beradaptasi dengan teknologi baru yang dapat memberikan keunggulan kompetitif.
Perkembangan AI dan Analitik Data Lanjutan	Mengadaptasi produk dengan cepat sesuai perubahan preferensi konsumen dengan memanfaatkan analitik berbasis data dan wawasan pelanggan untuk merespons permintaan pasar yang berubah cepat. Hal ini memungkinkan Mondelez untuk tetap relevan dan menghindari penurunan permintaan terhadap produk yang kurang sesuai dengan tren konsumen terbaru.	Meningkatkan pemahaman terhadap preferensi konsumen yang berubah dengan cepat melalui riset pasar dan pengumpulan data yang lebih mendalam, serta menyesuaikan produk dan kampanye pemasaran sesuai dengan tuntutan keberlanjutan dan kesehatan. Respons yang cepat terhadap tren ini dapat membantu perusahaan mengurangi risiko kehilangan pangsa pasar.
Peluang Penetrasi di Pasar Negara Berkembang	Mengimplementasikan kebijakan pengelolaan data yang lebih baik dan memperkuat kepatuhan regulasi dengan memastikan sistem yang aman dan sesuai dengan peraturan perlindungan data yang ketat. Dengan memanfaatkan keahlian teknologi, Mondelez dapat melindungi data pelanggan dengan lebih baik, menghindari pelanggaran privasi, dan menjaga reputasi perusahaan.	Memperkuat kebijakan pengelolaan data dan mengoptimalkan upaya kepatuhan terhadap regulasi untuk menghindari potensi risiko hukum dan biaya operasional yang meningkat. Mengingat ancaman regulasi yang semakin ketat, Mondelez perlu memiliki sistem pengelolaan data yang lebih efektif dan memastikan pemenuhan terhadap standar yang berlaku untuk melindungi diri dari risiko denda dan kerusakan reputasi.

B. Analisis PEST



Gambar 3. Analisis PEST

dampak yang luas pada berbagai aspek bisnisnya. Untuk memahami faktor eksternal yang memengaruhi operasional perusahaan, analisis PEST memberikan wawasan strategis yang mencakup aspek politik, ekonomi, sosial, dan teknologi. Berikut adalah hasil dan pembahasan dari analisis PEST Mondelez International.

1. Political (Politik)

Mondelez International memainkan peran penting dalam advokasi kebijakan publik yang mendukung keberlanjutan dan perdagangan internasional. Sebagai contoh, perusahaan secara aktif mendukung perjanjian perdagangan seperti USMCA yang membuka pasar baru dan mengurangi hambatan perdagangan untuk produk makanan ringan. Selain itu, Mondelez terlibat dalam inisiatif lingkungan seperti REDD+ untuk mengurangi dampak deforestasi dari rantai pasokan kakao mereka. Langkah ini mencerminkan komitmen mereka terhadap kebijakan yang memajukan keberlanjutan dan akses pasar global.

Namun, keterlibatan politik Mondelez tidak lepas dari kritik. Beberapa pihak menyoroti potensi konflik kepentingan dalam kontribusi politik perusahaan, terutama terkait kebijakan agrikultur yang mendukung akses bahan baku murah tetapi berpotensi merugikan petani kecil di negara berkembang. Dengan tetap transparan dalam aktivitas politiknya, Mondelez berupaya menjaga hubungan baik dengan pemangku kepentingan politik dan sosial.

2. Economy (Ekonomi)

Sebagai pemimpin global di industri makanan ringan, Mondelez memberikan kontribusi signifikan terhadap ekonomi negara-negara tempat mereka beroperasi. Perusahaan ini menciptakan lapangan kerja di sektor produksi, bekerja sama dengan petani lokal, dan mendukung aktivitas ekonomi dalam rantai pasokannya. Namun, tantangan ekonomi global seperti inflasi dan fluktuasi nilai tukar memengaruhi kinerja perusahaan. Pada tahun 2024, misalnya, pertumbuhan pendapatan bersih hanya sebesar 1,9%, sementara laba per saham turun 12,5% akibat kenaikan biaya produksi.

Mondelez merespons tantangan ekonomi ini dengan strategi efisiensi operasional, termasuk investasi dalam teknologi otomatisasi untuk mengoptimalkan proses manufaktur. Strategi ini tidak hanya membantu menekan biaya produksi tetapi juga memastikan daya saing produk di pasar global. Selain itu, akuisisi perusahaan lokal di pasar berkembang menjadi langkah strategis untuk memperluas pangsa pasar sekaligus mengurangi risiko regulasi setempat.

3. Social (Sosial)

Dampak sosial Mondelez terlihat melalui inisiatif keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan seperti program Cocoa Life. Inisiatif ini bertujuan meningkatkan kesejahteraan petani kakao di negara berkembang dengan menyediakan pelatihan, akses teknologi, dan pendanaan. Langkah ini membantu meningkatkan produktivitas dan pendapatan petani, sekaligus memperkuat rantai pasokan kakao yang berkelanjutan.

Namun, tantangan sosial tetap ada, terutama terkait praktik tenaga kerja di rantai pasokan kakao. Laporan tentang pekerja anak menjadi sorotan, meskipun Mondelez telah berupaya memerangi masalah ini melalui pengawasan dan program edukasi. Selain itu, Mondelez juga mendukung perubahan gaya hidup sehat konsumen dengan mengurangi kandungan gula, lemak jenuh, dan natrium dalam produk mereka seperti Oreo dan Chips Ahoy. Langkah ini mencerminkan respons perusahaan terhadap preferensi konsumen yang semakin peduli pada kesehatan.

4. Technology (Teknologi)

Teknologi merupakan pilar utama inovasi di Mondelez. Perusahaan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) untuk penelitian dan pengembangan produk, seperti menciptakan varian Oreo bebas gluten yang sesuai dengan preferensi konsumen. Selain itu, otomatisasi di fasilitas manufaktur membantu meningkatkan efisiensi dan produktivitas, seperti yang terlihat di pabrik Australia mereka yang menggunakan robot dalam proses pengemasan.

Mondelez juga mengadopsi teknologi blockchain untuk memastikan transparansi dan keberlanjutan dalam rantai pasokan bahan baku seperti kakao. Teknologi ini memungkinkan konsumen memverifikasi asal-usul produk yang mereka beli. Namun, otomatisasi membawa tantangan sosial, termasuk hilangnya pekerjaan di komunitas lokal tempat pabrik berada. Untuk

mengatasi ini, Mondelez berinvestasi dalam program pelatihan ulang bagi pekerja yang terdampak oleh teknologi.

Teknologi juga digunakan untuk meningkatkan responsivitas operasional melalui sistem seperti "Integrated Supply Chain Control Tower" yang berbasis IoT dan AI. Sistem ini memungkinkan pemantauan produksi secara real-time, mengurangi waktu henti, dan memastikan efisiensi operasional di seluruh fasilitas manufaktur. Inovasi teknologi ini memberikan Mondelez keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar global.

Kesimpulan

Kesimpulan dari dokumen ini menunjukkan bahwa transformasi digital yang dilakukan oleh Mondelez International telah menjadi faktor kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional, inovasi, dan daya saing perusahaan di pasar global. Dengan adopsi teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), blockchain, dan platform e-commerce, Mondelez mampu mengubah proses manufaktur tradisional menjadi lebih terotomasi dan berbasis data, sehingga mengurangi pemborosan dan meningkatkan produktivitas. Selain itu, strategi pemasaran berbasis analitik data memungkinkan perusahaan untuk menciptakan hubungan emosional yang lebih kuat dengan konsumen melalui kampanye personalisasi.

Namun, transformasi ini juga menghadirkan tantangan, seperti ketergantungan tinggi pada teknologi digital yang rentan terhadap gangguan infrastruktur, serta biaya besar dalam pengembangan dan pemeliharaan teknologi. Untuk mengatasi hal ini, Mondelez memanfaatkan analisis SWOT dan PEST guna mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi. Pendekatan ini menghasilkan strategi inovatif seperti diversifikasi pasar melalui e-commerce dan penyesuaian produk dengan preferensi lokal di negara berkembang.

Secara keseluruhan, transformasi digital Mondelez tidak hanya memperkuat posisi perusahaan dalam menghadapi disrupsi teknologi, tetapi juga menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan keberlanjutan jangka panjang. Keberhasilan inisiatif ini memberikan wawasan penting bagi perusahaan lain yang ingin mengadopsi pendekatan serupa di era kompetisi digital.

Referensi

- Almunawar, M. N., P. O. de Pablos, and M. Anshari. 2023. *Digital Transformation for Business and Society: Contemporary Issues and Applications in Asia*. Taylor & Francis.
- Arte, P., Y. Wang, C. Dowie, M. Elo, and S. Laasonen. 2023. *Sustainable International Business: Smart Strategies for Business and Society*. Springer.
- Dikert, Kim, Maria Paasivaara, and Casper Lassenius. 2016. "Challenges and Success Factors for Large-Scale Agile Transformations: A Systematic Literature Review." *Journal of Systems and Software* 119:87–108. doi: 10.1016/j.jss.2016.06.013.
- El-Gohary, H., D. Edwards, and M. S. Ben Mimoun. 2021. *Handbook of Research on IoT, Digital Transformation, and the Future of Global Marketing*. IGI Global.
- Erceg, Aleksandar, and Jovanka Damoska Sekuloska. 2019. "E-Logistics and e-SCM: How to Increase Competitiveness." *Logforum* 15(1):155–69. doi: 10.17270/J.LOG.2019.323.
- Farhan Masud MDFARHAN, Md. n.d. *Marketing Research and Integrated Marketing Communication Plan of Oreo*.
- Haidar, Jamal Ibrahim. n.d. *The Impact of Business Regulatory Reforms on Economic Growth*.
- Kurniawan, Arifa, Andika Saputra, Uin Raden, and Intan Lampung. 2024. "MANABIS (Jurnal Manajemen Dan Bisnis) Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Keunggulan Kompetitif: Studi Pada UKM Di Bandar Lampung." *Media Eletronik* 3(3):112–18. doi: 10.54259/manabis.v3i3.3690.
- Małkowska, Agnieszka, Maria Urbaniec, and Małgorzata Kosala. 2021. "The Impact of Digital Transformation on European Countries: Insights from a Comparative Analysis." *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy* 16(2):325–55. doi: 10.24136/eq.2021.012.
- Mangifera, Liana, and Wisnu Mawardi. n.d. *DIGITAL TRANSFORMATION AND ITS IMPACT ON FINANCIAL PERFORMANCE: IN THE FOOD AND BEVERAGE SMALL BUSINESS SECTOR*.
- Matt, Christian, Thomas Hess, and Alexander Benlian. 2015. "Digital Transformation Strategies." *Business and Information Systems Engineering* 57(5):339–43.
- Reddy, Surendranadha, and Byrapu Reddy. n.d. *Predictive Analytics in Customer Relationship Management: Utilizing Big Data and AI to Drive Personalized Marketing Strategies*. Vol. 1.
- Rohmah, Nur, and Komarudin Komarudin. 2023. "Digital Transformation in Business Operations Management." *American Journal of Economic and Management Business (AJEMB)* 2(9):330–36. doi: 10.58631/ajemb.v2i9.57.
- Ryan, Tony. 2018. *The Next Generation: Preparing Today's Kids For An Extraordinary Future*. Melbourne: John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Schwertner, K. 2017. "Digital Transformation of Business." *Trakia Journal of Science* 15(Suppl.1):388–93. doi: 10.15547/tjs.2017.s.01.065.
- Sidabutar, Apriliene, and Joko Siswanto. 2024. "The Impact of Digital Transformation in Food and Beverage Sector SMES: The Role of Leadership and Organizational Agility." in *E3S Web of Conferences*. Vol. 484. EDP Sciences.
- Tahoun, Nouran, and Ahmed Taher. 2022. "Artificial Intelligence as the New Realm for Online Advertising." Pp. 66–83 in *Marketing and Advertising in the Online-to-Offline (O2O) World*. IGI Global.
- Tatar, Unal, Brian Nussbaum, Yasir Gokce, and Omer F. Keskin. 2021. "Digital Force Majeure: The Mondelez Case, Insurance, and the (Un)Certainty of Attribution in Cyberattacks." *Business Horizons* 64(6):775–85. doi: 10.1016/j.bushor.2021.07.013.
- Thomas, Ashish. 2020. "Convergence and Digital Fusion Lead to Competitive Differentiation." *Business Process Management Journal* 26(3):707–20. doi: 10.1108/BPMJ-01-2019-0001.
- Tsolakis, Naoum, Roman Schumacher, Manoj Dora, and Mukesh Kumar. 2023. "Artificial Intelligence and Blockchain Implementation in Supply Chains: A Pathway to Sustainability and Data Monetisation?" *Annals of Operations Research* 327(1):157–210. doi: 10.1007/s10479-022-04785-2.