

**PROSES INTERNASIONALISASI
PT. INDOFOOD DALAM BERINVESTASI
DI NIGERIA MELALUI *FOREIGN DIRECT
INVESTMENT***

Nurdiana Abhiyoga

Program Studi Hubungan Internasional
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: nurdianaabhiyoga@webmail.umm.ac.id

Maulida Zuiyina Hamida

Program Studi Hubungan Internasional
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: zuiyinahamida@gmail.com

Bellinda Calvina

Program Studi Hubungan Internasional
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: bellindacalv25@gmail.com

Fadel Rizky Attala

Program Studi Hubungan Internasional
Universitas Muhammadiyah Malang
Email: fadelrizkyattala@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini akan membahas tentang proses dari internasionalisasi PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dengan cara berinvestasi di Nigeria. Dalam

prosesnya, PT Indofood melakukan Join Venture Bersama Grup Salim, Indonesia (induk perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur) dengan Grup Tolaram (Singapura). Sebagai Multi Nasional Corporation (MNC), PT. Indofood telah berhasil meningkatkan eksistensi perusahaan ke ranah Internasional dan dapat diterima oleh Nigeria. Kerja sama PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dengan strategi Foreign Direct Investment (FDI) dengan perusahaan multinasional lainnya. Hal tersebut juga akan membantu perusahaan untuk tumbuh secara maksimal di pasar lokal dan pasar internasional. Oleh karena itu penulis akan mencoba menganalisis strategi yang digunakan oleh PT. Indofood Sukses Makmur menggunakan metode kualitatif dan data sekunder, seperti jurnal sebelumnya dan laporan yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Keywords: FDI; Internasionalisasi; investasi; Join Venture; MNC.

Abstract

This research will discuss about internationalization process from PT. Indofood Sukses Makmur Tbk in Nigeria. In the process, PT Indofood conducted a Joint Venture with the Salim Group, Indonesia (the center company of PT. Indofood Sukses Makmur) with the Tolaram Group (Singapore). As a Multi National Corporation (MNC), PT. Indofood has succeeded in increasing the company's presence into the international realm and can be accepted by Nigeria. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk with its Foreign Direct Investment (FDI) strategy with other multinational companies. It will also help the company to grow optimally in the local and international markets. Therefore the authors will try to analyse the strategies used by PT. Indofood Sukses Makmur using qualitative methods and secondary data, such as previous journals and reports issued by the company.

Keywords: FDI; Internationalization; invest; Join Venture; MNC.

Pendahuluan

Pada era globalisasi, ekonomi merupakan salah satu aspek yang dapat memberikan pengaruh terhadap sistem internasional. Perdagangan internasional merupakan salah satu upaya bagi negara untuk dapat mensejahterakan masyarakatnya. Namun, seiring perkembangan zaman, perdagangan internasional tidak hanya melibatkan aktor negara. Aktor non negara seperti *Multinational Corporation* (MNC) juga merupakan instrument penting terhadap perdagangan internasional.

MNC adalah perusahaan yang dapat melakukan perdagangan lintas batas melalui pembangunan cabang perusahaan diluar negeri. Kehadiran MNC sebagai aktor non negara dipercaya dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian global. Namun, dalam praktik perdagangan internasional, MNC lebih memilih untuk membuka cabang perusahaan di negara berkembang, bukan di negara maju. Karena, MNC sebagai perusahaan yang dimiliki perseorangan juga memiliki kepentingan selain impor dan ekspor barang. Ia juga melakukan ekonomi politik agar perusahaan tersebut dapat diterima oleh masyarakat sekitar (Chaerunisa, 2019).

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu MNC yang bergerak dibidang industry makanan ringan yang dibangun banda tahun 1990 oleh Sudono Salim dengan nama PT. Jaya Intikusuma. Pada tahun 1995 hingga 2005 perusahaan ini memperluas produksinya dibidang perkebunan, agribisnis, dan distribusi tepung bogasari dan PT. pelayaran Tahta Bahtera yang bergerak dibidang perkapalan. PT. Indofood merupakan salah satu perusahaan makanan yang telah sukses di Indonesia dan

melebarkan sayapnya hingga ke Timur Tengah, Asia, Australia, Nigeria, hingga Eropa (Abdulrahman, 2020).

Nigeria merupakan salah satu negara yang dijadikan tempat untuk berinvestasi oleh PT. Indofood Sukses Makmur. Perusahaan Terbatas Indofood Sukses Makmur beranggapan bahwa Nigeria memiliki peluang investasi ekonomi terbesar di Kawasan tengah dan Barat Afrika. Selain itu, Nigeria juga memiliki cadangan sumber daya alam yang berlimpah dan belum seluruhnya terekploirasi, seperti mineral, agricultural, minyak bumi, dll. Jumlah tenaga kerja di Nigeria juga melimpah dengan biaya yang lebih ekonomis dan pertumbuhan sektor swasta yang dinamis menciptakan kondisi yang mendukung pertumbuhan usaha dan industry (Kurnia, 2016).

Dalam proses investasinya, PT. Indofood melakukan investasi langsung (*Foreign Direct Investment*) di Nigeria dengan cara *joint venture* atau kerjasama dari beberapa perusahaan yang bernama *De United Food Industries* (DUFIL) dan Grup Toleram yang berasal dari Singapura. Hingga saat ini, *De United Industry Ltd* merupakan salah satu perusahaan terbesar dari seluruh Benua Afrika. Hal tersebut dapat terlihat dari penjualan Indomie dengan keuntungan 600 juta AS pertahunnya di Afrika (Rahayu, 2019).

Pemaparan statement diatas menjadi sebuah pertanyaan serta rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis dalam makalah ini yaitu, tentang bagaimana strategi dan proses internasionalisasi yang dilakukan oleh PT. Indofood dalam investasinya di Nigeria melalui *Foreign Direct Investment* (FDI).

Kerangka Konseptual

Investasi merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh pada perkembangan ekonomi suatu negara. Dalam pembangunan

ekonomi pada suatu negara, diperlukan adanya akumulasi modal, perkembangan penduduk, serta kemajuan teknologi. Akumulasi modal bisa dikatakan berhasil ketika pendapatan negara tersebut diinvestasikan ke negara lain secara langsung serta ditabung untuk menaikan produksi dikemudian hari (Prasetyo, 2015). Investasi disini bukan hanya investasi berbentuk fisik (uang), namun bisa juga investasi dalam bentuk tenaga kerja untuk meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM).

Foreign Direct Investment (FDI) adalah investasi yang nyata dalam bentuk pendirian perusahaan, pembangunan pabrik, pembelian barang modal, tanah, bahan baku, atau pun persediaan oleh investor asing di mana investor terlibat langsung dalam manajemen perusahaan dan mengontrol penanaman modal tersebut. FDI biasanya diawali dengan pembelian saham dari suatu perusahaan, di mana dalam konteks internasional, bentuk investasi ini biasanya dilakukan oleh perusahaan multinasional dengan operasi di bidang industri pengolahan, ekstrasi pengolahan, industri jasa, manufaktur, ekstrasi sumberdaya alam dan sebagainya (Hemanona, 2017). Dengan metode ini perusahaan yang ada di negara asal bisa mempengaruhi perusahaan yang dituju baik sebagian atau pun seluruhnya. FDI juga dapat mempromosikan kompetisi pada pasar domestik (*domestic output market*). Penerima Foreign Direct Investment (FDI) memberikan pelatihan bagi karyawan yang memberikan kontribusi terhadap pembangunan sumberdaya manusia di host country (Legendijk & Hendriks, 2009).

FDI berarti bahwa perusahaan dari negara penanam modal secara langsung melakukan pengawasan atas aset yang ditanam di negara pengimpor modal. FDI dapat mengambil beberapa bentuk,

di antaranya adalah pembentukan suatu cabang perusahaan di negara pengimpor modal, pembentukan suatu perusahaan di negara pengimpor yang semata-mata dibiayai oleh perusahaan yang terletak di negara penanam modal, mendirikan suatu korporasi di negara penanam modal untuk secara khusus beroperasi di negara lain, atau menaruh aset di negara lain oleh perusahaan nasional dari negara penanam modal (Anwar, 2016). *Foreign direct investment* (FDI) berdasarkan pada Undang-undang No.1 Tahun 1967 No.11 Tahun 1970 tentang Penanaman Modal Asing adalah penanaman modal asing secara langsung yang dilakukan menurut atau berdasarkan ketentuan- ketentuan Undang-undang di Indonesia, dalam arti bahwa pemilik modal secara langsung, menanggung resiko dari penanaman modal tersebut (Hemanona & Suharyo, 2017).

Foreign Direct Investment (FDI) merupakan salah satu ciri dari sistem ekonomi yang mengglobal. FDI dianggap lebih berguna bagi negara dibandingkan dengan investasi pada ekuitas perusahaan karena investasi ekuitas berpotensi terjadinya *capital outflow*. Investasi ekuitas ini lebih bersifat jangka pendek dan sewaktu-waktu dapat ditarik secara tiba-tiba dan menimbulkan kerentanan ekonomi. *Foreign direct investment* tidak hanya mencakup mengenai transfer kepemilikan dari dalam negeri menjadi kepemilikan asing, tapi juga mekanisme yang memungkinkan investor asing untuk mempelajari manajemen dan kontrol dari perusahaan dalam negeri. *Foreign direct investment* (FDI) dibagi menjadi dua bentuk, yaitu terdiri dari *inward* dan *outward*. *Inward Foreign Direct Investment* merupakan investasi dari luar negeri ke dalam negeri, sedangkan *outward Foreign Direct Investment* ialah investasi dari dalam negeri ke negara lain.

Dengan adanya investasi asing di negara berkembang (dalam kasus ini Nigeria) memberikan dampak yang signifikan, yaitu pertumbuhan ekonomi negara-negara tujuan investasi menjadi lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. FDI juga membuka lapangan kerja baru bagi para pengangguran yang ada di negara tersebut (Hemanona & Suharyo, 2017) Tidak hanya berdampak pada negara tujuan investasi, FDI juga sangat berdampak bagi negara asal pemilik modal. Dampak yang sangat menonjol adalah dalam pembangunan cabang PT. Indofood Sukses Makmur ke berbagai negara yang lainnya dapat mempromosikan Indonesia dan tentu saja meningkatkan perekonomian di Indonesia itu sendiri. Sekarang ini, masyarakat luar negeri sudah banyak yang mengetahui bahwa Indonesia memiliki suatu produk yang terkenal dan digemari banyak orang, produk tersebut ialah salah satu produk dari PT. Indofood Sukses Makmur yaitu Indomie.

Foreign Direct Investment merupakan investasi secara langsung dan aktif dalam mengatur asset, maupun perusahaan yang memiliki lokasi di negara asal. Biasanya perusahaan yang terlibat dalam FDI adalah Multinational Cooperation (MNC) atau perusahaan Multi Nasional. Perusahaan ini memiliki peranan penting dalam meningkatkan devisa negara, mengatur asset asing, serta dapat membeli sumber daya yang berada di negara tujuan. Setelah memproduksi suatu barang atau jasa di suatu negara, ia menjual barang atau jasa tersebut di berbagai negara.

Dalam proses investasi asing, perusahaan MNC biasanya melakukan:

1. Membangun sebuah perusahaan di negara pengimpor yang seolah olah di biayai oleh penanam modal.

2. Membangun sebuah koperasi di negara penanam modal khususnya yang beroperasi di negara lain

3. Membangun perusahaan cabang di negara pengimpor

Menurut J. Dunning, dalam menjelaskan FDI, ia menyebutkan bahwa sebuah investor memiliki beberapa hal dalam berinvestasi. Hal tersebut dijelaskan dalam teorinya "The OLI paradigm".

1. *Ownerrship Specific factor*

Ownerrship Specific factor atau yang dikenal sebagai Kepemilikan Spesifik ialah perusahaan yang memiliki asset asset yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain dan dapat dipindahkan ke luar negeri. Aset asset tersebut dapat berupa IPTEK (Ilmu pengetahuan dan Teknologi), input yang dihasilkan dengan cara mengambil keuntungan monopoli, serta output yang dikeluarkan.

2. *Location Specific Factor*

Location Specific Factor atau Lokasi Spesifik harus memiliki lokasi pasar yang spesifik. Dilihat dari sisi perekonomiannya, sosial, ataupun system politiknya (hambatan tarif-non tarif, peluang pasar, dll). Karena lokasi yang spesifik dapat memudahkan perusahaan untuk melakukan investasi di suatu negara dan memudahkan untuk mengimpor ataupun ekspor barang.

3. *Internalisasi*

Internalisasi merupakan hal strategi alternative untuk dapat menguasai pasar asing. Mulai dari sistem hirarki yang diterapkan oleh suatu perusahaan atau MNC (Putri & Wilantari, 2016).

Dunning (1993) juga mengatakan bahwa FDI memiliki tiga tipe motivasi dibalik investasi perusahaan, antara lain: (1) *market*

seeking, yaitu sebuah investasi yang dilakukan MNC untuk mencari faktor produksi di negara lain yang relatif murah. Hal tersebut lebih efisien dibandingkan dengan menggunakan faktor produksi di dalam negeri yang relatif mahal; (2) *Efficiency seeking*, yaitu sebuah investasi yang dilakukan MNC dalam meningkatkan keuntungan yang diambil dari *host country*; (3) *Resource seeking*, yaitu sebuah investasi dilakukan oleh MNC untuk mencari faktor-faktor produksi yang lebih efisien di negara lain (Dunning, 2015).

Metodologi penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data *library research*. Jenis penelitian ini merupakan sebuah metode yang memanfaatkan data yang bersifat kualitatif dan kemudian dijabarkan dengan cara deskriptif. Jenis penelitian ini mengungkap data secara *real* tanpa dimanipulasi sedikit pun. Sumber data yang didapatkan melalui teknik *library research* yaitu dengan mengumpulkan informasi-informasi serta data-data yang didapat dari buku, jurnal, artikel, skripsi, maupun situs-situs resmi yang ada di internet (Sendari, 2019).

Pembahasan

Kondisi Ekonomi, Sosial, Politik Masyarakat Nigeria

Nigeria merupakan salah satu negara bagian di Afrika yang memiliki jumlah penduduk paling padat mencapai 185.787.025 jiwa dengan berbagai macam latar belakang suku, agama, etnis dan bahasa yang berbeda-beda. Banyaknya penduduk dengan latar belakang yang berbeda-beda seringkali menjadi pemicu adanya konflik di Nigeria. Selain itu, tingginya sentimental karena

perbedaan pendistribusian pembangunan yang disebabkan oleh perbedaan sistem sosial yang berlaku juga menjadi penyebab adanya perselisihan antar etnis maupun agama yang ada di Nigeria.

Hal tersebut juga diperkuat dengan adanya pembagian wilayah yang dilakukan oleh koloni Inggris, yaitu Nigeria Utara dan Nigeria Selatan, di mana mayoritas penduduk Nigeria yang beragama Islam bertempat tinggal di Nigeria Utara, sedangkan penduduk yang beragama Kristen mayoritas bertempat tinggal di Nigeria Selatan. Kebijakan pembagian wilayah ini dilakukan dengan cara pemaksaan terhadap umat muslim untuk berada di wilayah utara karena wilayah selatan terutama di daerah delta merupakan wilayah yang kaya akan minyak bumi. Selain itu dalam penerapannya, koloni Inggris mempersulit mekanisme perijinan umat muslim yang akan bepergian atau membangun masjid. Namun, kebijakan tersebut tidak berlaku bagi umat kristiani. Adanya pembagian wilayah antara Nigeria Utara dan Selatan juga seringkali ditemukan baik dalam aspek pendidikan, ekonomi dan juga infrastruktur. Tingkat kemiskinan penduduk Nigeria Utara kurang lebih dua kali lebih tinggi dari pada Nigeria Selatan.



Gambar 1.1 Peta Nigeria

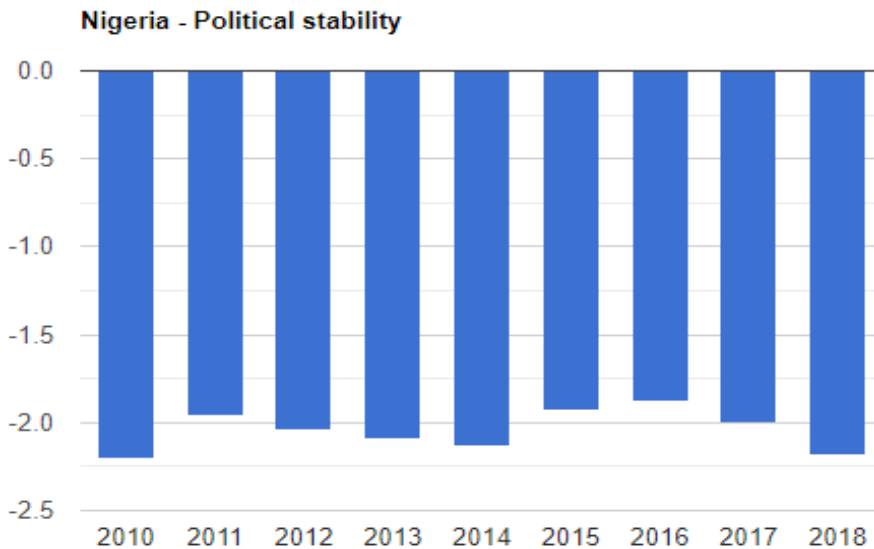
Dengan jumlah populasi yang besar maka Nigeria menawarkan pasar baru yang luas bagi bisnis dan perusahaan yang akan berinvestasi di Nigeria. Populasi Nigeria juga hampir mencakup 50% dari total populasi di kawasan Afrika Barat. Produk dan hasil produksi tidak hanya akan dipasarkan di wilayah dalam negeri Nigeria tetapi juga dapat mencapai kawasan Afrika Barat. Sebagai negara kunci di wilayah Afrika Barat maka investasi yang dilakukan di Nigeria memiliki kesempatan untuk mencakup pasar Afrika Barat sebagai *market* baru dari produk hasil investasi. Untuk itu, Nigeria menjadikan pasar baru yang luas sebagai salah satu keuntungan yang akan didapatkan investor apabila berinvestasi di Nigeria (BBC, 2015).

Tidak hanya besar pasar yang ditawarkan oleh Nigeria, Nigeria juga menawarkan kebebasan perdagangan melalui skema *free market*.

Nigeria merupakan negara dengan peringkat 161 di dunia sebagai negara yang memiliki kebebasan perdagangan (Timothy, 2018). Sistem ekonomi Nigeria merupakan eprpaduan diantara kapitalis dengan sosiali. Hal tersebut dapat dilihat melalui *Economic Growth and Recovery Plan* (ERGP) yang dipublikasikan oleh *the Ministry of Budget and Planning*, Nigeria akan menggunakan aspek kapitalisme yaitu fungsi pasar bebas dalam strategi pertumbuhan ekonomi dan rencana *recovery* dengan menganut idealism sosialis (Corr, 2019). *Open markets* di Nigeria memiliki nilai yang baik. Berasalkan data *Heritage*, nilai kebebasan perdagangan (*trade freedom*) Nigeria adalah 62.4 dari total 100 dan nilai kebebasan investasi (*investment freedom*) berada pada angka 45.0 dari 100 (*heritage*, 2020).

Berbanding terbalik dengan kekayaan sumber daya alam, tingkat *free market* yang baik, dan predikat ekonomi terbesar di Benua Afrika yang dimiliki Nigeria, 60% penduduk Nigeria hidup dibawah garis kemiskinan. Tingkat penangguran di Nigeria mencapai 18% (Nonso, 2018). Tingginya angka kemiskinan dan pengangguran di Nigeria berdampak kepada rendahnya upah buruh dan pekerja di Nigeria. Remaja dan anak kecil di Nigeria akan bekerja dan mendapat upah harian sebesar 800N atau setara dengan 5 dolar AS yang berarti upah perjam hanya sekitar 0.60 dolar AS (*Africa report*, 2011) serta upah pekerja bulanan di Nigeria diperkirakan hanya 500 dolar AS. Upah pekerja murah memang sangat menggiurkan dan menarik bagi pelaku usaha dan investor. Namun, hal tersebut berbanding terbalik dengan kesejahteraan pekerja dan masyarakat.

Gambar 1.2 Index Stabilitas Politik Nigeria 2010-2018



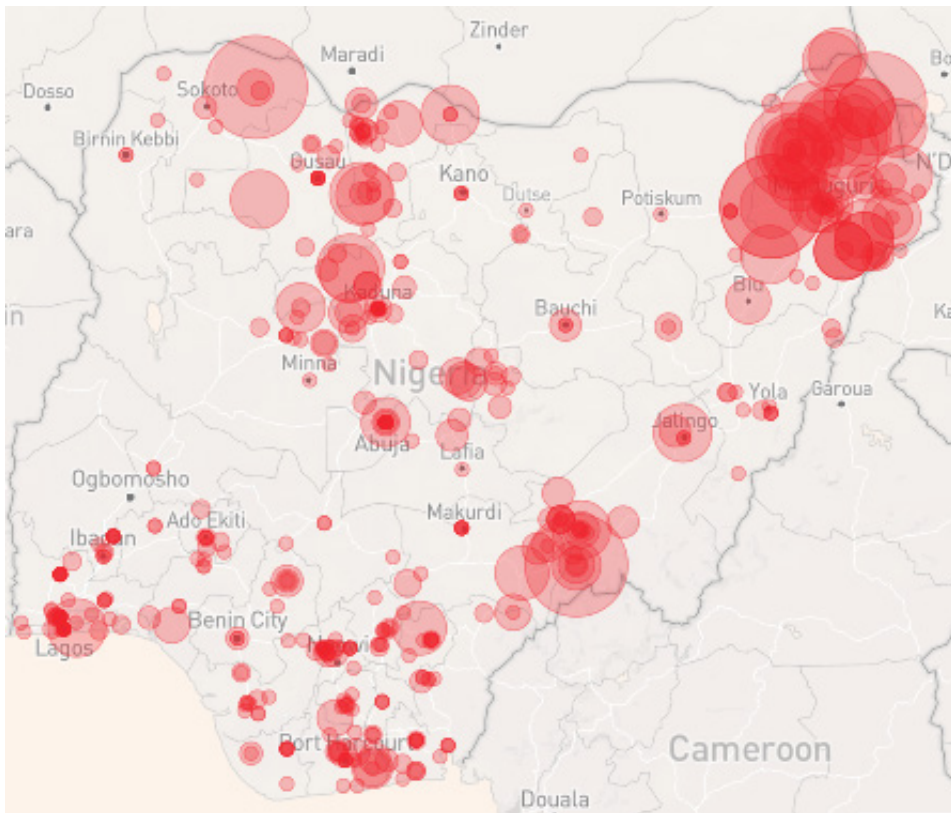
Sumber: World Bank dalam The Global Economy

Stabilitas politik menjadi salah satu pertimbangan penting untuk dilakukannya kegiatan investasi asing disuatu negara. Instabilitas politik dapat menciptakan kemungkinan negatif yang akan berdampak kepada ekonomi dan bisnis suatu negara. Presiden terpilih Nigeria tahun 2019 yaitu Muhammadu Buhari memiliki komitmen yang kuat untuk memberantas korupsi dan meningkatkan keamanan negara (World Bank, 2019). Keamanan negara dan penanganan kasus korupsi merupakan hal penting yang mempengaruhi stabilitas ekonomi dan tingkat investasi asing di suatu negara.

Namun meskipun Pemerintah Nigeria memiliki komitmen yang kuat untuk pemberantasan korupsi dan peningkatan keamanan negara, tetapi index stabilitas politik di Nigeria sampai

dengan tahun 2018 masih sangat rendah yaitu -2.2 yang berarti lemahnya stabilitas politik di Nigeria (Global economy, 2018). Selain stabilitas politik yang rendah, tingkat persepsi korupsi Nigeria juga rendah. Dimuat dari *Transparency International, Corruption Perception Index 2019* Nigeria berada pada peringkat 146 dari 180 negara dengan nilai 26 dari 100 Bertolak belakang dengan *statement* NIPC mengenai stabilitas ekonomi yang menjadi poin *plus* untuk melakukan investasi di Nigeria.

Gambar 1.3 Peta Persebaran Konflik di Nigeria



Sumber: Peace Insight

Instabilitas politik di Nigeria tidak hanya disebabkan oleh permasalahan politik tetapi juga karena konflik yang terjadi di Nigeria. Salah satu konflik adalah krisis keamanan dan kemanusiaan yang disebabkan oleh kelompok teroris Boko Haram. Boko Haram merupakan kelompok jihadis berlokasi di kawasan sekitas Danau Chad yang memberikan tantangan kemanan dan kemanusiaan serius kepada Pemerintah Nigeria dan menjadi sorotan internasional (Crisis group, 2020). Permasalahan Boko Haram menyebabkan 20.000 orang meninggal dan 2.6 juta orang kehilangan tempat tinggal (*displaced*) (Peace Insight). Boko Haram bukan merupakan satu-satunya konflik yang terjadi di Nigeria. Konflik kekerasan juga terjadi di wilayah rural Fulani di Nigeria diantara pengembala dan petani karena permasalahan pelanggaran wilayah (*trespassing*) dan sabotase. Selain Boko Haram dan konflik Fulani, terdapat pula konflik yang disebabkan oleh MEND. MEND merupakan kelompok yang melakukan aksi protes karebna kondisi kemiskinan di Nigeria meskipun Nigeria memiliki kekayaan minyak yang besar. Konflik MEND ini kemudian menciptakan konsekuensi ekonomi yang besar karena menyasar pipa pengantar minyak (Peace Insight).

Proses Internasionalisasi PT. Indofood Sukses Makmur

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk pertama kali melakukan ekspor pada tahun 1992. Produk yang mereka ekspor pertama kali adalah Indomie. Alasan utama mereka mengeksport Indomie pada masa itu ialah untuk Warga Negara Indonesia (WNI) yang bermukim di luar negeri dan merindukan cita rasa Indomie itu sendiri. Sasaran utama dalam kegiatan ekspor ini sebenarnya adalah negara yang memiliki banyak WNI yang menetap, seperti

Hong Kong, Arab Saudi, Taiwan, Malaysia dan juga Singapura. Seiring waktu berjalan, Indomie semakin terkenal karena sering dibawa oleh para pelajar Indonesia yang di luar negeri. Maka dari itu, sasaran ekspornya semakin meluas dan hampir ke seluruh negara di dunia. Salah satunya adalah Nigeria (Mada, 2020).

Hingga saat ini, PT. Indofood telah berhasil melakukan ekspansi produk Indomie ke lebih dari 80 negara. Sudah ada beberapa pabrik yang dibangun oleh PT. Indofood Sukses Makmur memiliki hasil penjualan secara signifikan. Salah satunya adalah Pabrik Indomie yang telah menyebar di beberapa negara seperti Turki, Maroko, Mesir, Suriah, Nigeria, Serbia. Dalam proses internasionalisasinya, PT. Indofood memiliki beberapa strategi. Diantaranya adalah *availability*, *affordability*, *acceptability*. *Availability* merupakan cara bagaimana agar suatu produk dapat dijangkau dan mudah ditemukan oleh masyarakat dinegara pengimpor dan mudah ditemui oleh WNI. Dalam proses ini biasanya melibatkan duta besar Indonesia yang sedang bertugas di negara tersebut. *Affordability* merupakan proses marketing dengan cara memberikan harga terjangkau dan ekonomis sehingga mudah dikenal oleh masyarakat dinegara pengimpor. Yang terakhir adalah *Acceptability* yaitu cita rasa yang disesuaikan oleh selera masyarakat dimana produk tersebut diimpor (Uzo Uchenna, Nzegwu Louis, 2018).

Seluruh proses yang dijalani oleh PT. Indofood Sukses Makmur tidak terlepas oleh bantuan dari beberapa pihak. Entah dari pemerintah maupun dari perusahaan asing. Presiden Joko Widodo dalam membangun perekonomian Indonesia sangat mendukung peningkatan perusahaan perusahaan lokal agar dapat berinvestasi diluar negeri. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan pembuatan Paket Kebijakan Ekonomi (PKE) jilid pertama yang menyebutkan bahwa

pemerintah akan mendorong daya saing industry nasional melalui debirokratisasi, deregulasi, penegakan hukum, meningkatkan kepastian hukum serta peran Indonesia yang merupakan negara industry (CNN, 2018). Hal tersebutlah yang membantu PT. Indofood Sukses Makmur dalam mengembangkan produksi Indomienya. Disisi lain, Joko Widodo juga memberikan surat mandate kepada setiap Duta Besar Indonesia untuk memperkenalkan produk asli atupun makanan khas dimana dubes tersebut ditempatkan.

Analisa PT. Indofood Sukses Makmur Melalui *Foreign Direct Investment*

Aktifitas MNC di dalam perekonomian global telah meluas secara besar-besaran dalam beberapa dekade lebih cepat daripada perdagangan internasional atau incomenya. Perusahaan PT. Indofood telah mendominasi *flows* perdagangan yang secara historis belum pernah terjadi sebelumnya. Ukuran dan kekuatan pasar PT. Indofood dapat diartikan bahwa ia membawa pengaruh penting terhadap kebijakan pemerintah, ia juga dapat me-*lobby* secara langsung maupun tidak langsung melalui kemampuan pertumbuhan untuk menemukan bagian terpenting dari rantai pasokan produksi di negara yang mereka pilih (Khoiriyah, 2013) .

Didalam investasinya, PT. Indofood Sukses Makmur menjadikan Nigeria sebagai salah satu target utama bagi PT. Indofood Sukses Makmur dalam melebarkan sayapnya. Pada awalnya, PT. Indofood hanya mengekspor Indomie kepada Dufil Prima Foods. Namun, dikarenakan permintaan yang besar, pada tahun 1995, PT. Indofood membangun pabrik utama di Nigeria dibawah naungan Dufil Prima Foods. Kerjasama ini juga merupakan hasil dari *Joint Venture*

antara Tolaram Group Singapura dan Salim Group Indonesia. Pabrik yang dihasilkan oleh Dufil Prima Foods merupakan pabrik yang memproduksi Indomie pertama dan terbesar di Nigeria. Sampai saat ini, terhitung sudah terdapat sepuluh pabrik Indomie di Nigeria. Indomie menjadi produk makanan yang paling terkenal di Nigeria dan telah dinobatkan menjadi produk mie instan terlaris oleh *Kantar World Panel* (Irawati, 2015).

Pada saat Nigeria mengalami Krisis pun Indomie malah mengalami surplus, padahal beberapa perusahaan lainnya *collapsed*. Hal ini dikarenakan harga Indomie yang tetap murah walaupun dalam keadaan krisis, bahkan lebih mudah untuk membeli Indomie dibandingkan satu kilo beras. Pada saat krisis, warga Nigeria tentu kesulitan untuk membeli makanan, namun dengan harga yang murah Indomie sangat mudah untuk didapatkan.

Dalam hal ini, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk berinvestasi di Nigeria dengan membangun pabrik disana setelah melewati proses Kerjasama dengan perusahaan yang ada di Nigeria yaitu Dufil Prima Food yang merupakan hasil dari *Joint Venture* antara Tolaram Group dari Singapura dan juga Salim Group dari Indonesia. Dengan pembangunan pabrik ini, tidak saja berdampak bagi perekonomian negara tapi juga tentu saja dapat membuka lapangan pekerjaan di Nigeria. Selain itu, dengan masuknya Indomie ke Nigeria juga dapat membantu masyarakat Nigeria saat mengalami krisis untuk mendapatkan bahan pangan lebih mudah.

Kesimpulan

Dari seluruh pemaparan terkait Investasi modal asing yang dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur dapat disimpulkan

bahwa sebuah perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan serta bahan dasar yang telah berhasil membangun sebuah perusahaan diluar negeri ke 80 negara. Perusahaan ini juga telah mendapatkan dukungan dari pemerintah dalam mengeksplorasi produk Indomie di berbagai negara, khususnya di Nigeria. PT. Indofood Sukses Makmur melakukan strategi *joint venture* dalam membangun sebuah perusahaan dibawah naungan Dufil Prima Foods. Perusahaan tersebut merupakan perusahaan hasil dari patungan antara Tolaram Grup Singapura dengan Salim Grup Indonesia yang juga merupakan bagian dari PT. Indofood Sukses Makmur.

Daftar Pustaka

Website

- Anugrah Ayu Sendari, (2019). *"Mengenal Jenis Penelitian Deskriptif Kualitatif pada Sebuah Tulisan Ilmiah"*. <https://m.liputan6.com/hot/read/4032771/mengenal-jenis-penelitian-deskriptif-kualitatif-pada-sebuah-tulisan-ilmiah>
- CNN Indonesia, 2018, "Jokowi Luncurkan Paket Kebijakan 16 Demi Investasi dan Rupiah", Diakses pada 16/11/2018 10:50 WIB, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20181116095321-532-347041/jokowi-luncurkan-paket-kebijakan-16-demi-investasi-dan-rupiah>
- Heritage. Nigeria. Diakses melalui <https://www.heritage.org/index/country/nigeria>
- Ifejika, Nkem. BBC. (2015). Nigeria's Enterprising Five-to-Nine Work Ethic. Diakses melalui <https://www.bbc.com/news/business-31536706>

- International Crisis Group. The Boko Haram Insurgency. Diakses melalui <https://www.crisisgroup.org/boko-haram-insurgency>
- Lawal, Leo. The Africa Report. (2011). Nigeria's New Sweatshops. Diakses melalui <https://www.theafricareport.com/8863/nigerias-new-sweatshops/>
- Morenikeji, Timothy. (May 2018). African Liberty. Why Nigeria Must Tackle Poverty with Free Market. Diakses melalui <https://www.africanliberty.org/2018/05/23/why-nigeria-must-tackle-poverty-with-free-market-timothy-oluseye/>
- Obikili, Nonso. All Africa. (2018). Nigeria: The Impact of Minimum Wage Increase on Labour Cost. Diakses melalui <https://allafrica.com/stories/201803200190.html>
- Peace Insight. Nigeria: Conflict Profile. Diakses melalui <https://www.peaceinsight.org/conflicts/nigeria/>
- Stears Business. Is the Nigerian Economy Capitalist, Socialist, or Mixed?. Diakses melalui <https://www.stearsng.com/article/is-the-nigerian-economy-capitalist-socialist-or-mixed>
- The Global Economy. Nigeria: Political Stability. 2018. Diakses melalui https://www.theglobaleconomy.com/nigeria/wb_political_stability/
- Transparency International. Nigeria. Diakses melalui <https://www.transparency.org/country/NGA>
- World Bank. Nigeria Overview. Diakses melalui <https://www.worldbank.org/en/country/nigeria/overview>

Jurnal

- Cep Jandi Anwar, 2016, 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Foreign Direct Investment (Fdi) Di Kawasan Asia Tenggara', *Media Trend*, 11.2, 175 <<https://doi.org/10.21107/mediatrend.v11i2.1621>>.
- Ery Teguh Prasetyo, 2015, 'FOREIGN DIRECT INVESTMENT DAN UTANG LUAR NEGERI PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA PERIODE 2005-2015'.
- Fitri , Chaerunisa, 2017, 'Analisis Foreign Direct Investment (Fdi) Indonesia Di Nigeria Periode 2014—2017: Studi Kasus Pt. Indofood Sukses Makmur*', *Jurnal Mandala : Jurnal Ilmu Hubungan Internasional*, 2.1, 115 <<https://doi.org/10.33822/jm.v2i1.998>>.
- Irawati, A. (2015). Indonesia Economic Diplomacy Towards Nigeria: A Strategy To Increase The Potential of Non-Traditional Market 2010-2013. *President university*, 1-25.
- Khoiriyah, N. (2013). Strategi peningkatan Kerjasama Ekonomi Dengan Nigeria Melalui Memorandum Of Understanding Tahun 2013. *Universitas Muhammadiyah Malang*, 1-32.
- John H Dunning, 2015, 'PARADIGM OF INTERNATIONAL THE ECLECTIC PRODUCTION : A RESTATEMENT AND SOME POSSIBLE EXTENSIONS Abstract . This Article Reviews Some of the Criticisms Directed towards of International the Eclectic Paradigm over the Past Decade , Production and Restates It', 19.1, 1–31.
- Monita Rahayu and Anita Munir, (2019) 'Analisa Investasi Investor Pada Pt Indofood Sukses Makmur Tbk Pada Era Industri 4.0',

Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 5.2, 89 <<https://doi.org/10.35590/jeb.v5i2.744>>.

Putri Januarita and Wilantari, 2016, 'Determinan Aliran Foreign Direct Investment Di Indonesia (Pendekatan Model Dunning)', *Media Trend*, 11.2, 141 <<https://doi.org/10.21107/mediatrend.v11i2.1541>>.

Sri Kurnia Fitri Ningsih. 2016, 'Kerjasama Nigeria-Indonesia Dalam Bidang Investasi Makanan Tahun 2008-2014', *JOM FISIP*, 3.1, 1–11.

Universitas Atma Jaya Yogyakarta, 2018, 'Foreign Direct Investment', 243–54 <<https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00167-X>>.

Uzo Uchenna & Nzegwu Louis. (2018). Indomie Noodles in Africa: lessons on Digital and Cultural Branding. *Emerald Insight*, 23-30.

Valentinez Hemanona and Suharyono Suharyono, 'ANALISIS PENGARUH FOREIGN DIRECT INVESTMENT TERHADAP COUNTRY ADVANTAGES INDONESIA (Studi Terhadap FDI Amerika Serikat Di Indonesia)', *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 52.1 (2017), 16–25.

Wazir, 2020, 'PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Strategies for More International Growth & Global Competition.', *Journal of The Community Development in Asia*, 3.1, 70–81 <<https://doi.org/10.32535/jcda.v3i1.710>>.