

PENANAMAN MODAL ASING PT. INDOFOOD KE KENYA TAHUN 2014-2024

Sari Amalia dan Shabrina Ramadhanti Wibowo

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
ramadhantishabrina11@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to analyze how foreign direct investment by PT. Indofood in conducting outward investment by establishing factories and Indofood's achievements from 2014 to 2024. The theory and concept used are foreign investment and multinational company. The result of this research is that foreign investment made by PT Indofood experienced the popularity of Indomie in Kenya in selling Indomie products and strengthening cooperation between Indonesia and Kenya in other sectors. In conducting foreign direct investment, Indonesia with the company name PT. Indofood opens employment opportunities and transfers modern technology.

Keywords: Foreign Direct Investment, Multinational Company, Outward investment, Cooperation, Popularity

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penanaman modal asing yang dilakukan PT. Indofood dalam melakukan *outward investment* dengan mendirikan pabrik dan pencapaian PT. Indofood pada tahun 2014 hingga 2024. Penulis menggunakan teori dan konsep penanaman modal asing dan perusahaan multinasional. Hasil dari penelitian ini adalah penanaman modal asing yang dilakukan PT. Indofood mengalami popularitas Indomie di Kenya dalam penjualan produk Indomie dan memperkuat kerja sama Indonesia dan Kenya terhadap sektor lain. Dalam melakukan penanaman modal asing, Indonesia dengan nama perusahaan PT. Indofood membuka peluang kerja dan transfer teknologi modern.

Kata kunci: Penanaman Modal Asing, Perusahaan Multinasional, *outward investment*, Kerja sama, Popularitas

PENDAHULUAN

Kerja sama antara Indonesia dan Kenya telah terjalin sejak Konferensi Asia Afrika tahun 1955 dan Gerakan Non-Blok tahun 1961. Kenya merupakan sahabat penting Indonesia, dan Indonesia berharap dapat terus memperkuat kerja sama dengan Kenya. Pada pertemuan bilateral antara Republik Indonesia dan Republik Kenya yang diadakan di Gedung Parlemen di Nairobi, Republik Kenya pada tanggal 21 Agustus 2023, diumumkan bahwa volume perdagangan pada tahun 2022 diperkirakan meningkat menjadi \$507 juta. Bagi Kenya, Indonesia bisa menjadi *access point* ke volume perdagangan ASEAN, sementara Kenya bagi Indonesia bisa menjadi jalur

akses ke Afrika sub-Sahara. Peluang kerja sama ini merupakan wujud misi Indonesia untuk memperkuat *Bandung Spirit* di antara negara-negara *Global South*.

Pada Juli 1979, Hubungan diplomatik antara Indonesia dan Kenya terjalin. Kedutaan Besar Indonesia di Nairobi dan Kedutaan Besar Kenya di Jakarta dibuka pada tahun 2021 dan diresmikan pada tahun 2022. Perdagangan bilateral antara Indonesia dan Kenya mencapai \$507,1 juta pada tahun 2022 (ekspor Indonesia ke Kenya senilai \$475,1 juta, impor dari Indonesia ke Kenya senilai \$32 juta (Sekretariat Kabinet RI, 2023).

Indonesia melihat Kenya sebagai mitra bisnis terbesar kelima di Afrika dan merupakan *outbound investment*.

Di Indonesia, perusahaan yang ingin melakukan ekspansi ke luar negeri adalah perusahaan swasta yaitu PT. Indofood. Pada tahun 1990, salah satu perusahaan multinasional Indonesia didirikan dengan nama PT Panganjaya Intikusuma, perusahaan patungan dengan Fritolay Netherland Holding B.V., anak perusahaan PepsiCo Inc. Namun, pada tahun 1994 nama perusahaan berganti menjadi PT Indofood Sukses Makmur serta melakukan IPO. Pada tahun 1997, perusahaan mengembangkan integrasi bisnisnya ke berbagai bidang seperti: perkebunan, agrobisnis dan distribusi. Di bawah naungan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk terdapat beberapa usaha seperti Produk Konsumen Bermerek (CBP), Bogasari, Agribisnis dan Distribusi.

Saat ini, perusahaan bergerak dalam berbagai bidang usaha, antara lain makanan olahan, penyedap rasa, minuman, pengemasan, minyak nabati dan penggilingan tepung. Salah satu produk andalan Indofood adalah Indomie. PT Indofood CBP Sukses yang kini bernama PT. Indofood CBP adalah salah satu grup perusahaan di bawah PT. Indofood Sukses Makmur terkenal dengan mie instan "Indomie". Popularitas Indomie menyebar ke negara-negara Eropa, Timur Tengah, dan Afrika. Produk mie perseroan merupakan produk terlaris ke-8 di dunia (Indofood, 2017).

Distribusi produk Indomie menjangkau seluruh benua yaitu Amerika, Eropa, Timur Tengah, Asia dan Afrika. Indomie tidak hanya mengeksport produknya, tetapi juga telah membangun beberapa pabrik mie instan di berbagai negara seperti Malaysia, Arab Saudi, Nigeria, Suriah, Mesir, Serbia, Sudan, Kenya dan yang terbesar di Maroko. PT.

Indofood telah memiliki sekitar 19 pabrik di berbagai negara di dunia (Indofood, 2022). Pendirian pabrik PT. Indofood di Kenya, merupakan peluang bagi Indonesia untuk berinvestasi di negara-negara utama Afrika dan merupakan wujud komitmen Indonesia terhadap kesejahteraan bersama.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini merupakan analisis mendalam terkait permasalahan yang diangkat sesuai dengan tujuan penelitian yang bersifat deskriptif. Melalui metode ini, peneliti bertujuan untuk membahas bagaimana proses penanaman modal asing yang dilakukan oleh perusahaan Indonesia yaitu PT Indofood dalam memasarkan produk mie instan Indomie ke negara Kenya.

Sebagai mitra dagang yang baik antara Indonesia dan Kenya, penulis ingin menelaah lebih lanjut bagaimana hubungan kerjasama Indonesia dan Kenya melihat Indonesia melakukan *outward investment*. Sementara itu, sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ialah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui laporan milik negara, laporan resmi perusahaan, dan wawancara dengan *Country Manager* Salim Wazaran Kenya Co.Ltd Indofood di Kenya.

Sedangkan, sumber data sekunder didapat dari Anna's Archive, Google Scholar, Sci-hub, dan Research gate yang mencakup skripsi, artikel jurnal, buku, dan website resmi dari Kenya Investment, Indofood, dan Departemen Negara untuk Perencanaan Ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Indomie pertama kali diperkenalkan di Kenya pada tahun 2009

di bawah perusahaan distribusi, Salim Wazaran Kenya Company Limited (SAWAKE). Perusahaan ini memulai operasinya di wilayah pesisir Mombasa, Kenya dan menjadi pionir dalam mempopulerkan mie instan Indomie di Kenya. Dengan tujuan memperluas kesadaran merek dan produk di seluruh Kenya, SAWAKE mendirikan kantor pusat di Nairobi pada tahun 2011. Pembukaan pabrik di Mombassa, Kenya merupakan perluasan pasar Indomie Grup Salim di wilayah Afrika. Pabrik Indofood di Kenya telah beroperasi aktif di tahun 2014 dan secara resmi SAWAKE memulai produksi komersil yang mempekerjakan lebih dari 150 karyawan dan memproduksi lebih dari 5.000 karton per-hari. Pabrik indomie di Kenya telah memasuki daerah Kisumu, Eldoret, Nakuru, Kisii. Dalam proses pembuatan pun, mie instan dikemas secara higienis menggunakan mesin berteknologi tinggi yang ditangani langsung oleh spesialis produksi.

Di Kenya, Indomie diwakili oleh Salim Wazaran Gida (Türkiye) dan Salim Wazaran Group Ltd (Mesir, Kenya, Maroko, Serbia) (Surat Dunia, 2020).

Perkembangan Industri Makanan Di Indonesia

Pada tahun 2021, kontribusi sektor ini terhadap industri pengolahan non-migas mencapai 38,04%. Sejak tahun 2018, F&B telah ditetapkan sebagai salah satu dari tujuh sektor yang diprioritaskan untuk mengadopsi teknologi industri 4.0 sesuai dengan peta jalan "*Making Indonesia 4.0*" (Kompas pedia). Kementerian Perindustrian mencatat bahwa rata-rata pertumbuhan industri F&B antara 2015 hingga 2019 mencapai 8,16%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata pertumbuhan industri pengolahan non-migas yang

hanya 4,69%. Proyeksi untuk triwulan IV menunjukkan pertumbuhan antara -1,6% hingga 0,6%, sementara pada triwulan II tahun 2024, sektor ini diperkirakan tumbuh sebesar 5,53%. Selama periode ini, subsektor makanan dan minuman memberikan kontribusi sebesar 40,33% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan non-migas (Tempo.com). Ignatius Warsito, Staf Ahli Menteri Perindustrian dalam pembukaan *Food Ingredients Asia Indonesia* di JIExpo, Jakarta, Rabu, 4 September 2024, menyatakan bahwa kontribusi tersebut menjadikan industri makanan dan minuman sebagai subsektor dengan kontribusi PDB terbesar dalam pengolahan non-migas.

Dalam konteks perdagangan internasional, sektor makanan dan minuman memberikan kontribusi signifikan terhadap ekspor industri. Pada tahun 2021, total nilai ekspor mencapai 45,4 miliar dolar AS, mengalami peningkatan sebesar 44 persen dibandingkan tahun sebelumnya, dan menyumbang 20 persen dari total ekspor Indonesia (Kemendag, 2022). Di sisi lain, investasi asing langsung (PMA) di sektor makanan dan minuman pada semester pertama tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 20 persen secara tahunan menjadi 1,2 miliar dolar AS, dibandingkan dengan 1,5 miliar dolar AS pada periode yang sama tahun lalu. Total PMA di sektor ini pada tahun 2021 tercatat sebesar Rp 26,5 triliun (Kementerian Investasi/BKPM).

Potensi Pasar di Kenya

Kenya memiliki pasar domestik lebih dari 50 juta orang dan merupakan ekonomi terbesar keempat di Afrika sub-Sahara (International Trade Administration, 2024). Kenya yang terletak di Afrika Timur memiliki reputasi sebagai negeri dengan peluang tak terbatas. Hal ini dikarenakan letak Kenya di jantung

Afrika Timur yang memiliki lokasi strategis, ekonomi yang dinamis, dan semangat kewirausahaan yang berkembang sehingga negara ini menjadi daya tarik investor global.

Kenya yang memiliki potensi besar dalam sektor-sektor baru seperti, teknologi informasi dan komunikasi, energi terbarukan, serta industri kreatif, menjadi area yang menjanjikan untuk investasi. Dukungan sumber daya yang melimpah dengan populasi muda inovatif dan bersemangat sehingga Kenya dapat menjadi pusat ekonomi baru di Afrika dalam mengembangkan sektor-sektor tersebut. Industri yang menawarkan potensi yang kuat meliputi pertanian dan pengolahan hasil pertanian, manufaktur, teknologi informasi dan komunikasi (TIK), penyimpanan dan transmisi energi, perawatan kesehatan.

Sektor ekonomi meliputi manufaktur, *real estate*, dan pertanian. Meskipun pertanian masih menyumbang 30% dari PDB, kontribusi manufaktur terhadap PDB telah tumbuh secara stabil dari waktu ke waktu. Manufaktur, yang menyumbang 10% dari PDB, merupakan kontributor terbesar kedua setelah pertanian, dengan pemrosesan produk pertanian yang mendorong ekspansi (Kumparan, 2024).

Selain itu, dalam kegiatan pameran produk Indonesia pada kegiatan promosi *Indonesia Nairobi Expo (IndoNEX) 2024* di Kenya berhasil membukukan potensi transaksi ekspor Indonesia ke Kenya sebesar 2,1 juta dolar AS (sekitar Rp32 miliar). "Dari nilai tersebut mencerminkan peluang pasar Kenya bagi produk-produk Indonesia, khususnya produk-produk seperti kantong bibit tanaman, arang briket dari kulit kelapa, perekat dan sealant, minyak kelapa dan bahan baku minuman", kata Duta Besar RI untuk Kenya Mohamad Hery Saripudin.

Popularitas Indomie Di Kenya

Dalam meningkatkan popularitas terhadap *brand awareness*, Indofood menggunakan youtube yaitu dalam kanal Indomie Kenya dan kolaborasi antara influencer di Kenya untuk menarik engagement sebagai strategi Indofood dalam mempopulerkan Indomie.



Gambar 1: Dubes Hery saat menunjukkan Indomie saat acara ASEAN Food Festival
Sumber: Surat Dunia

Selain itu, peran diaspora Indonesia dalam mempromosikan kuliner Indonesia juga turut mendukung peningkatan permintaan Indomie. Dalam acara yang diselenggarakan oleh *ASEAN Committee in Nairobi (ACN)* oleh *ASEAN Food Festival* diprakarsai oleh 4 negara ASEAN yang memiliki kantor perwakilan di Kenya, yaitu Indonesia, Malaysia, Filipina, dan Thailand. Kegiatan ini merupakan program tahunan ACN yang bertujuan meningkatkan visibilitas ASEAN di masyarakat Kenya. Negara ASEAN lainnya seperti Malaysia, Filipina dan Thailand juga membuka stan dengan menyajikan aneka makanan khas masing-masing negara. Meninjau teori dari diplomasi korporat, tujuan perusahaan Indofood dalam keterlibatannya dalam komunikasi strategis dan pembangunan hubungan di tingkat internasional

membawa perusahaan multinasional Indonesia yaitu PT. Indofood mencapai brand awareness.

Tantangan Dalam Proses Produksi Indomie

Keberadaan pabrik Indofood di Kenya, tepatnya di Mombassa memiliki keterbatasan dalam pengiriman bahan baku dari Indonesia untuk pengolahan mie instan Indomie. Pelabuhan Mombassa merupakan pelabuhan laut dalam terbesar di kawasan Afrika Timur dan Tengah. Selain melayani pasar domestik, pelabuhan ini juga menangani perdagangan dari negara-negara tetangga sebagai *landlocked country* seperti Uganda dan Sudan Selatan. Kenyataannya, Uganda adalah pengguna terbesar Pelabuhan Mombassa, yang mencakup lebih dari seperempat volume kargo pelabuhan pada tahun 2018 (HKTDC Research).

Pelabuhan utama di Mombassa sering mengalami kemacetan akibat volume barang yang tinggi dan kapasitas penanganan yang terbatas. Hal ini berdampak pada keterlambatan pengiriman bahan impor dengan *delay* 1-2 hari dan transit ke Kenya 3 sampai 6 hari dan adanya biaya tambahan untuk penyimpanan di pelabuhan (World Bank). Dengan memenuhi permintaan peningkatan kapasitas rata-rata 10% setiap tahun selama dekade terakhir, pemerintah Kenya meluncurkan pembangunan terminal peti kemas kedua pelabuhan. Terminal Peti Kemas Kipeuv dibangun untuk memperlancar perdagangan dan mengurangi kemacetan lalu lintas antara Pelabuhan Mombassa dan ibu kota negara Nairobi. Lalu rel kereta api ukuran standar (SGR) dibangun dan diluncurkan pada tahun 2017. Dengan adanya SGR, para pedagang dapat mengurangi biaya

angkutan barang hingga dua perlima dibandingkan dengan pengangkutan melalui jalan darat dengan waktu tempuh menjadi maksimal 8 jam dari 24 jam (Research HKTDC). Selain itu, pemerintah Kenya juga menerapkan *The Kenya Revenue Authority (KRA) Integrated Customs Management System (iCMS)* dengan mendigitalisasi semua proses bea cukai (KRA) dan menciptakan lingkungan yang kondusif bagi importir dan eksportir baik domestik maupun asing untuk berdagang dengan Kenya (Trade mark Africa, 2024).

KESIMPULAN

Penanaman modal asing yang dilakukan oleh PT. Indofood dengan memasarkan Indomie meningkatkan citra perusahaan Indofood secara internasional. PT. Indofood yang merupakan sebuah perusahaan eksportir sekaligus produsen telah berhasil membangun pabrik Indomie di sejumlah negara Eropa, Afrika, dan Timur Tengah sekaligus membuka peluang internasionalisasi produk mie instan Indomie. Perusahaan ini pun memastikan strategi pemasaran yang diterapkan sudah memiliki segmentasi pasar yang tepat.

Meskipun tantangan seperti ketergantungan impor bahan baku tepung Indonesia, logistik, dan infrastruktur masih ada, kontribusi Indofood di Kenya membawa transfer teknologi modern dalam manufaktur makanan cepat saji, yang berkontribusi pada peningkatan kapasitas lokal, baik melalui pelatihan tenaga kerja maupun pengembangan industri pendukung seperti pengemasan dan distribusi. Penanaman modal asing ini menjadi katalis dalam memperkuat hubungan bilateral antara Indonesia dan Kenya, membuka jalan untuk kerja sama lebih lanjut di bidang perdagangan, pendidikan, dan energi.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel:

Kementerian Investasi/BKPM - Rosan: Investasi RI-Afrika Terus Menguat. (n.d.). Kementerian Investasi/BKPM. <https://www.bkpm.go.id/id/info/siaran-pers/rosan-investasi-ri-afrika-terus-menguat>

Humas. (2023, November 29). Peningkatan Hubungan Indonesia dengan negara-negara Afrika Pascakunjungan Kenegaraan Presiden RI. Sekretariat Kabinet Republik Indonesia. <https://setkab.go.id/peningkatan-hubungan-indonesia-dengan-negara-negara-afrika-pascakunjungan-kenegaraan-presiden-ri/>

Indomie Menjadi Mie Favorit Di Kenya. (2020, December 15). Surat Dunia. <https://suratdunia.com/2020/12/08/indomie-menjadi-mie-favorit-di-kenya/>

Indofood CBP Makin Ekspansif Di Luar Negeri. (n.d.). Investorr.id. <https://investor.id/market-and-corporate/223296/indofood-cbp-makin-ekspansif-di-luar-negeri>

Kompaspedia. (2023, January 30). Potret, Tantangan, Dan Kebijakan Pengembangan Industri Makanan Dan Minuman. <https://kompaspedia.kompas.id/baca/paparan-topik/potrettantangan-dan-kebijakan-pengembangan-industri-makanan-dan-minuman>

Sejarah Dan Profil Perusahaan Indofood. (n.d.). fortuneidn.com. <https://www.fortuneidn.com/business/friana/sejarah-dan-profil-perusahaan-indofood>

Portal Kemlu. (n.d.). Portal Kemlu. <https://kemlu.go.id/berita/presiden-jokowi-kunjungi-kenya-untuk-memperkuat-hubungan-historis-dan-kerja-sama-selatan-global?type=publication>

Jurnal:

Bahati, J. A., & Mbithi, M. L. (2022). Determinants of Foreign Direct Investment: A Comparative Study between Central and East Africa. *Open Journal of Social Sciences*, 10, 359-378. <https://doi.org/10.4236/jss.2022.106026>

A perspective on regional and global strategies of multinational enterprises. (2004, January 8). SpringerLink. <https://link.springer.com/article/10.1057/palgrave.jibs.8400073>

Kustianto, Bambang (1999). Peranan penanaman modal asing (PMA) terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Universitas Gadjah Mada. <https://journal.ugm.ac.id/jieb/article/view/39446>

Sihombing, Jonathan Debson., & Pratomo, Sihombing Luki Adiati. (2024). Indofood's Global Strategy: Balancing Innovation, Sustainability, and Market Expansion. *Jurnal Ekonomi Trisakti*. researchgate.net/publication/383579480_INDOFOOD'S_GLOBAL_STRATEGY_BALANCING_INNOVATION_SUSTAINABILITY_AND_MARKET_EXPANSION/link/66d2d89abd2017366761c25b/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uI9