SKRIPSI

DIPLOMASI KORPORASI PT INDOFOOD MELALUI PRODUK INDOMIE DI NIGERIA TAHUN 2018-2020

Program Studi Hubungan internasional

Kajian Politik Global

Oleh:

Rizki Aliza Nazarudin

E1111211006

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

SKRIPSI

DIPLOMASI KORPORASI PT INDOFOOD MELALUI PRODUK INDOMIE DI NIGERIA TAHUN 2018-2020

Untuk Memenuhi Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Hubungan internasional

Kajian Politik Global

Oleh:

Rizki Aliza Nazarudin

NIM: E1111211006

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS TANJUNGPURA

PONTIANAK

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

DIPLOMASI KORPORASI PT INDOFOOD MELALUI PRODUK INDOMIE DI NIGERIA TAHUN 2018-2020

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Rizki Aliza Nazarudin
NIM.E1111211006

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dewi Suratiningsih , S. IP , MA
NIP.198609142019032005

Tanggal:
7 Agustus 2025

Dosen Pembimbing Pendamping

Hardi Alunaza SD, S.IP, M.HI
NIP.199012082023211020

Tanggal:
9 Juli 2025

HALAMAN PENGESAHAN

DIPLOMASI KORPORASI PT INDOFOOD MELALUI PRODUK INDOMIE DI NIGERIA TAHUN 2018-2020

Oleh:
Rizki Aliza Nazarudin
NIM. E1111211006

Dipertahankan di : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Pada Hari/Tanggal : Selasa, 26 Agustus 2025
Waktu : 13:00 WIB
Tempat : Ruang IV

Tim Penguji

Ketua	**Sekretaris**
Dewi Suratiningsih, S.IP., MA.	Hardi Alunaza SD, S.IP., M.HI.
NIP: 198609142019032005	NIP: 199012082023211020
Dosen Penguji Utama	**Dosen Penguji Pendamping**
Adibrata Iriansyah, S.IP., MA.	Akhmad Rifky Setya Anugrah S.I.P., M.Sc.
NIP: 199212172020121008	NIP: 199211132022031012

Disahkan Oleh:
Dekan Fisip UNTAN

Dr. Herlan, S.Sos., M.Si.
NIP: 197205212006041001

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji praktik diplomasi korporasi yang dilakukan oleh PT Indofood melalui produk Indomie di Nigeria pada periode 2018–2020. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya dinamika sosial di Nigeria seperti kemiskinan, pengangguran, rendahnya tingkat pendidikan, serta dampak pandemi COVID-19 di tahun 2020 yang menuntut perusahaan asing untuk tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga berkontribusi dalam isu sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana PT Indofood sebagai perusahaan multinasional membangun legitimasi operasional di Nigeria melalui diplomasi korporasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi Pustaka dengan memanfaatkan penelitian dengan topik terkait serta dokumen-dokumen resmi yang relevan. Penelitian ini menggunakan teori diplomasi korporasi dari Ulrich Steger yang mencakup lima tahapan strategis yakni, *Building a Robust Business Case, Implementing a Strategy, Industry Association, Nice Guys Meet, dan Challenge Ratings and Market Development*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Indofood berhasil menjalankan diplomasi korporasi melalui adaptasi produk, kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dan pembentukan asosiasi seperti Indomie Fan Club. Strategi ini memperkuat citra perusahaan dan mendapatkan *license to operate*. Temuan ini menegaskan pentingnya peran perusahaan multinasional dalam mendukung pembangunan sosial di negara tuan rumah.

Kata Kunci: CSR, Diplomasi Korporasi, Indomie, Nigeria

ABSTRACT

This research explores the practice of corporate diplomacy conducted by PT Indofood through its Indomie brand in Nigeria between 2018 and 2020. The study is based on the intricate social dynamics of Nigeria, which include high unemployment, widespread poverty, low educational attainment, and the socioeconomic difficulties brought on by the COVID-19 pandemic in 2020. These conditions necessitate that foreign corporations operate not solely for profit but also contribute to addressing social issues. The objective of this research is to explain how PT Indofood, as a multinational enterprise, establishes operational legitimacy in Nigeria through corporate diplomacy. Employing a qualitative descriptive method, data were collected through a literature review of related studies and relevant official documents. The analysis applied Ulrich Steger's corporate diplomacy framework, which outlines five strategic stages: building a robust business case, implementing a strategy, industry association, nice guys meet, and challenge ratings and market development. The findings reveal that PT Indofood has effectively implemented corporate diplomacy by adapting its products, engaging in corporate social responsibility (CSR) programs, and creating associations such as the Indomie Fan Club. These strategies have enhanced the company's image and secured its social license to operate. The study reveals that PT Indofood has implemented corporate diplomacy through product adaptation, CSR programs, and the establishment of associations such as the Indomie Fan Club. These measures reinforced the company's reputation and legitimized its operations, highlighting the vital role of multinational enterprises in advancing social development in host countries.

Keywords: CSR, Corporate Diplomacy, Indomie, Nigeria

RINGKASAN SKRIPSI

Skripsi ini dituliskan dengan judul "Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020". Penulis mengangkat judul ini karena tingginya dinamika sosial masyarakat Nigeria pada tahun 2018-2020. Mulai dari kemiskinan yang menjalar ke fenomena pengangguran serta rendahnya kualitas pendidikan anak yang akan mempengaruhi kualitas SDM di Nigeria. Untuk mengetahui bagaimana sebuah perusahaan asing di Nigeria dapat turut berkontribusi dalam penanganan isu sosial masyarakat tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana sebuah perusahaan ini dapat berkontribusi melalui penerapan nilai-nilai diplomasi korporasi.

Rumusan masalah yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020?", rumusan ini diharapkan dapat menjawab bagaimana PT Indofood melalui merek Indomie dapat mewujudkan diplomasi korporasi di Nigeria dengan ikut berpartisipasi dalam penanganan isu sosial masyarakat yang ada di tahun tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan diplomasi korporasi PT Indofood melalui produk Indomie di Nigeria tahun 2018-2020. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini hanya akan melihat pada diplomasi korporasi PT Indofood melalui produk Indomie di Nigeria tahun 2018-2020.

Manfaat dari penelitian ini adalah, dapat memberikan manfaat teoritis sebagai referensi dalam kajian ilmu hubungan internasional, khususnya terkait diplomasi korporasi, serta memperbanyak pemahaman akademik di bidang tersebut. Ditinjau

secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi penulis dan mahasiswa sebagai bahan pengetahuan terkait praktik diplomasi korporasi sebuah perusahaan multi nasional khususnya PT Indofood, serta dapat menjadi rujukan atau pembanding bagi peneliti selanjutnya bagi siapapun yang tertarik mengkaji topik serupa. Adapun metode penelitian yang digunakan ialah jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif milik Sugiyono (2016), dimana penelitian ini mengumpulkan data-data yang dapat di pertanggungjawabkan lalu dijabarkandengan rinci namun dengan jelas dan lugas sesuai dengan tujuan dilakukannya penelitian.

Penulis menggunakan teori konsep Diplomasi Korporasi milik Ulrich Steger (2003) dengan 5 tahapan utama untuk mewujudkan diplomasi korporasi yaitu *Building a Robust Business Case, Implementing a Strategy, Industry Association, Nice Guys Meet dan Challenge Ratings* dan *Market Development.* Hasil penelitian ini menyajikan bagaimana PT Indofood dinilai berhasil mewujudkan diplomasi korporasi di Nigeria sebagai strategi *soft power* untuk memperkuat citra perusahaan, mendapatkan *license to operate*, membangun kedekatan dengan publik Nigeria melalui berbagai kegiatan CSR yang menyasar ke berbagai lingkup sosial masyarakat. Respon positif negara penerima yaitu Nigeria merupakan hasil nyata atas keberhasilan diplomasi korporasi merek Indomie di Nigeria.

Penelitian ini memberikan beberapa saran untuk memudahkan penelitian serta untuk meningkatkan kualitas diplomasi korporasi merek Indomie ke depannya. Pertama, penting bagi pihak produsen merek Indomie di Nigeria untuk memberikan transparasi dokumen MoU atau dokumen terkait untuk mengetahui bagaimana

kesepakatan antara pihak yang bekerjasama yaitu antara *Salim Group* dan *Tolaram Group.* Untuk meningkatkan kualitas diplomasi korporasinya, diharapkan kedepannya merek Indomie dapat melibatkan Indonesia dalam melakukan diplomasi atau kegiatan CSR nya, karena Indomie merupakan salah satu wajah dari Indonesia berupa produk yang berhasil mendunia.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Lengkap Mahasiswa	: Rizki Aliza Nazarudin
Nomor Induk Mahasiswa	: E1111211006
Program Studi	: Ilmu Hubungan Internasional

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi ini hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pontianak, 1 Juli 2025

Yang membuat pernyataan



(Rizki Aliza Nazarudin)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

قَالَ لَا تَخَافَآ ۖ إِنَّنِى مَعَكُمَآ أَسْمَعُ وَأَرَىٰ

"Do not fear, I am with you."

(QS. Ṭāhā: 46)

Persembahan:

Puji dan syukur serta terima kasih sebesar-besarnya kepada sang pencipta Allah Subḥānahu wa Ta'ālā yang telah memberikan kemudahan, kelancaran, ketabahan serta kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Dengan segenap rasa cinta, skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Cinta pertamaku, motivasiku, panutanku dan tempat melepas segala penatku, Mama Utami. Mengucapkan terima kasih saja tidak cukup rasanya untuk menggambarkan besarnya doa dan dukunganmu selama ini, tidak sedikitpun ada kata-kata atau tindakanmu yang dengan sengaja atau bahkan tidak disengaja untuk menjatuhkan mematahkan semangatku. Untuk sekarang mungkin hanya terima kasih yang bisa ku ucapkan. Tidak ada alasan lain selain Mama, Papa dan Adek dari segala usaha dan kerja kerasku untuk bisa bertahan sejauh ini. Dengan karya ini, ku persembahkan untuk Mama. Semoga segala kerja keras, usaha dan mungkin segala penderitaan yang telah dirasakan dan dilewati bisa memberikanmu keselaman dunia dan akhirat. Mohon untuk selalu mendoakanku untuk hari ini dan seterusnya, Ma.

2. Teruntuk yang terkasih dan tercinta, Papa, almarhum Herman Santoso. Yang pertama kali sangat ingin ku sampaikan adalah permohonan maaf yang sebesar-besarnya kepada Papa karena tidak bisa menepati janjiku untuk membawa Papa datang ke hari wisudaku nanti. Tapi, aku harap Papa tahu betapa aku sudah berusaha untuk menepati janjiku itu. Begitu banyak rencana, harapan serta mimpi yang hancur ketika Papa pergi meninggalkan kami, begitupun juga semangatku yang sempat patah karena aku harus pulang hanya untuk melihat tubuhmu yang sudah terbujur kaku. Tapi, ternyata ini merupakan tangga yang memang Papa persiapkan agar kami bisa terus kuat naik ke atas. Terima kasih sebanyak-banyaknya ku ucapkan atas segala rasa cinta, kasih sayang, dukungan dan pelajaran hidup yang sudah Papa berikan selama ini. Semua ini ku persembahkan untuk Papa.
3. Teruntuk Adikku, Rafa Agustian. Terima kasih sudah membersamai selama ini, terima kasih sudah bertahan bersama-sama dan saling menguatkan dengan cara kita tersendiri. Semoga kamu bisa terus jauh melampauiku di hari-hari kedepannya. Hiduplah dengan baik, penuh kasih sayang dan kuat. Doaku, Mama dan Papa akan terus membersamai langkahmu.
4. Teruntuk teman-teman seperjuanganku, *The Pragos*. Jenny Arista Sukma Q., Damar Jati Wijaya, Futri Aulida dan Grace Evelyn Turnip. Terima kasih karena sudah saling membersamai dan saling menguatkan selama kurang lebih 3 tahun ini. Senang rasanya bisa melewati kehidupan kuliah ini dengan tawa kalian. Walaupun pertemanan ini pernah ada rasa kecewa dan marah, justru itu

tantangan seru yang pernah kita lewati terasa lebih kompleks. Kalian bukan sekedar teman, tapi keluarga bagiku. Dalam setiap langkah yang kita tapaki bersama, tersimpan kenangan yang akan selalu teringat dalam ingatan. Untuk semua malam yang penuh tugas dan keresahan, pagi yang terburu-buru, serta percakapan kecil yang sering menyelamatkan hari—*"semoga segala kebaikanmu dibalas dengan limpahan kebaikan pula."* Semoga kedepannya kita bisa terus bersama.

5. Teruntuk temanku sepasang *love bird* bernama Imelda Krisyanti dan Jonathan Gilbert Indarta yang semoga berakhir indah. Terima kasih sudah turut berperan dalam kehidupanku 2 tahun kebelakang. Banyak sekali hal-hal menyenangkan bersama kalian yang bikin kehidupan kuliahku tidak suram. Terima kasih sudah jadi teman sekaligus tempat untuk saling bertukar cerita dan bertukar penat. Terima kasih kalian sudah menjadi teman diskusi di saat bingung, serta pengingat saat hampir menyerah. Latar tempat utama pertemanan ini adalah rumah Jojo, yang kalau punya otak dan telinga untuk mendengar mungkin dia capek mendengar segala cerita kita dari A-Z dari sore ke subuh. Harapanku semoga kalian diberikan kelancaran dan kemudahan dalam segala hal. Semoga kedepannya kita masih bisa ngumpul-ngumpul dirumah Jojo dengan membawa cerita kesuksesan masing-masing.
6. Teruntuk temanku dengan gelar cogil dan cegil, Biqli Ramadiq dan Nova Sri Lestari. Terima kasih sudah menjadi teman cerita sekaligus menjadi teman yang tidak pernah menolak ketika diajak untuk pergi *"healing".* Terima kasih untuk

Biqli yang sudah banyak membantu dan memudahkan selama kita berteman, terima kasih juga untuk Nova yang selalu punya opini, saran dan *feedback* yang baik dalam menanggapi cerita. Semoga kedepannya hidup kalian akan selalu baik-baik saja dan diberikan kemudahan.

7. Teruntuk rekan muslimin dan muslimahku, Muhammad Fajriansah dan Neneng Sintowati. Terima kasih sudah menjadi teman yang bisa mengarahkan disaat diri ini hampir tersesat. Terimakasih atas segala dukungan, canda dan tawa yang kalian tuangkan dalam hidup ini. Semoga selalu diberikan kemudahan kedepannya.
8. Untuk teman-teman KOMINFO KOMAHI UNTAN 2024, yang pertama kuucapkan terima kasih banyak untuk dua rekan luar biasaku M. Riezqy Pratama dan Ratu Qeyara Ariady. Terima kasih sudah menjadi rekan kerja sekaligus tempat bertukar cerita dan melepas penat. Semoga kebaikan dan kemudahan selalui menyertai kalian, semoga kedepannya kita bisa tetap menjadi teman dan bisa *sharing life update*. Selanjutnya untuk Hansen dan Zelika serta anak-anak kokomku Nasywa, Chika, Dian, Pasha, Feby dan Aya, terima kasih juga sudah membersamai dan menuangkan canda tawa serta cerita luar biasa. Semoga langkah kalian kedepannya juga diiringi dengan kebaikan dan kemudahan.
9. Untuk Alif Dorisandi, teman satu kos sekaligus teman seperjuangan, terima kasih banyak sudah memberikan banyak bantuan pada masa awal semester yang sangat *fragile*, menjadi teman pergi, teman cari makan, teman bertahan

hidup sekaligus menjadi teman untuk bertukar keluh kesah. Semoga hari-hari baik dan keberkahan akan selalu menyertai dikedepannya.

10. Terima kasih juga ku ucapkan untuk teman-teman seperjuangan yang tidak bisa kuucapkan satu persatu. Terima kasih sudah memberikan kemudahan ketika diri ini mengalami kesulitan, semoga baik kalian dibalas berkali-kali lipat di hari yang akan datang.
11. Terima kasih juga kuucapkan untuk anak-anak reptilku The Geckies: Millie, Jacob, Silver, Ujang, Sukep dan ke 15 anak lainnya. Semoga hidup lebih lama sampai aku nikah dan punya anak manusia asli hehehe.
12. Terakhir, untuk diri saya sendiri. Sebenarnya cukup aneh rasanya mengucapkan terima kasih pada diri sendiri, tapi sepertinya perlu untuk dilakukan sebagai bentuk apresiasi atas keringat, air mata atau mungkin darah yang menjadi saksi perjuangan. Dengan penuh rasa syukur dan bangga, karya ini kupersembahkan untuk diriku sendiri. Terima kasih, untuk diriku karena telah berani bermimpi dan tidak menyerah untuk mewujudkannya. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa aku mampu melewati apapun asal tetap percaya, berusaha, dan berserah. Masih banyak mimpi-mimpi yang perlu diwujudkan, semoga hari-hari baik akan selalu menunggu di esok hari.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi Hubungan Internasional Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura yang berjudul "Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020" dapat terselesaikan dengan baik.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berupa bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis akan menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Garuda Wiko, S.H., M.Si selaku Rektor Universitas Tanjungpura.
2. Dr. Herlan. M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura, Pontianak.
3. Dr. Ira Patriani, S.IP,M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura sekaligus dosen Pembimbing Akademik penulis selama masa perkuliahan.
4. Ori Fahriansyah, S.IP., M.Si selaku ketua Program Studi Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura.
5. Dewi Suratiningsih , S.IP, MA, selaku dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia memberikan dukungan, waktu, arahan, bimbingan, dan saran selama masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini yang sangat

membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

6. Hardi Alunaza SD, S.IP, M.H.I selaku dosen Pembimbing Pendamping yang telah yang telah bersedia memberikan dukungan, waktu, arahan, bimbingan, dan saran selama masa perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi ini yang sangat membantu penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Adibrata Iriansyah , S.IP, MA selaku Dosen Penguji Utama yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan untuk perbaikan dalam penulisan skripsi ini kedepannya.
8. Akhmad Rifky Setya Anugrah, S.IP, M.Sc selaku Dosen Penguji Pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahan untuk perbaikan dalam penulisan skripsi ini kedepannya.
9. Pihak yang turut membantu Dekan, Bapak/Ibu Dosen Hubungan Internasional khususnya, Staf Tata Usaha dan Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tanjungpura yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Seluruh pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan serta dukungan selama penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang sudah dibuat ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi

menjadi acuan bagi penulis untuk bisa menjadi lebih baik lagi di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan serta bermanfaat bagi semua pihak.

Pontianak, 1 Juli 2025

Rizki Aliza Nazarudin

DAFTAR ISI

halaman

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
HALAMAN JUDUL ..... **ii**
LEMBAR PERSETUJUAN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
RINGKASAN SKRIPSI ..... **vii**
PERNYATAAN KEASLIAN ..... **x**
MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **xi**
KATA PENGANTAR ..... **xvi**
DAFTAR ISI ..... **xix**
DAFTAR GAMBAR ..... **xxi**
DAFTAR BAGAN ..... **xxii**
DAFTAR TABEL ..... **xxiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xxiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah Penelitian 10
1.3. Fokus Penelitian 10
1.4. Rumusan Masalah 11
1.5. Tujuan Penelitian 11
1.6. Manfaat Penelitian 11
1.6.1. Manfaat Secara Teoritis 12
1.6.2. Manfaat Praktis 12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **13**
2.1. Konsep Diplomasi Korporasi 13
2.2. Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan 18
2.3. Alur Fikir Penelitian 24
2.4. Pertanyaan Penelitian 26
BAB III METODE PENELITIAN **27**
3.1. Jenis Penelitian 27
3.2. Langkah-langkah Penelitian 28
3.3. Lokasi dan Waktu Penelitian 30
3.3.1. Lokasi Penelitian 30
3.3.2. Waktu Penelitian 31
3.4. Unit Analisa dan Unit Eksplanasi 33
3.5. Teknik Pengumpulan Data 34
3.6. Analisis Data 34
3.6.1. Keabsahan Data 35
3.6.2. Teknik Analisis Data 36

BAB IV GAMBARAN UMUM 38
4.1. Profil PT Indofood 38
4.1.1 Indomie sebagai Produk Unggulan PT Indofood 46
4.1.2 Tujuan PT Indofood Berekspansi ke Nigeria 55
4.1.3 Sejarah Awal Masuknya Indomie di Nigeria 56
4.2. Profil Nigeria 59
4.2.1 Letak Geografis Nigeria 62
4.2.2 Kondisi Demografi Nigeria 63
4.2.3 Kondisi Sosial Masyarakat Nigeria 65
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 70
5.1. Strategi Bisnis dan Proses Identifikasi Situasi di Nigeria 75
5.2. Penerapan Strategi Brand Indomie di Nigeria 78
5.3. Citra Positif Melalui Pembentukan Asosiasi Indomie 89
5.4. Corporate Social Responsibility Indomie di Nigeria 96
5.5. Merek Indomie dalam Menghadapi Aspek *Challange Ratings* dan *Market Development* 104
BAB VI PENUTUP 110
6.1. Kesimpulan 110
6.2. Saran 111
6.3. Keterbatasan Penelitian 114
DAFTAR PUSTAKA 116
LAMPIRAN 125

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar 4.1 Logo PT Indofood Sukses Makmur Tbk 39
Gambar 4.2 Logo PT indofood CBP Sukses Makmur Tbk. 39
Gambar 4.3 Produk-Produk PT Indofood Sukses Makmur TBK 40
Gambar 4.4 Produk-Produk Mie Instan ICBP 41
Gambar 4. 5 Produk-Produk Dairy ICBP 42
Gambar 4.6 Produk-Produk Makanan Ringan ICBP 43
Gambar 4.7 Produk-Produk Penyedap Rasa dan Saus ICBP 44
Gambar 4.8 Produk Makanan Khusus Bernutrisi ICBP 45
Gambar 4.9 Produk- Produk Minuman ICBP 46
Gambar 4.10 Logo Indomie 47
Gambar 4. 11 Kemasan Produk Indomie di Indonesia 50
Gambar 4.12 Kemasan Produk Indomie di Malaysia, Brunei Darussalam dan Singapura 51
Gambar 4.13 Kemasan Produk Indomie di Timur Tengah 52
Gambar 4.14 Kemasan Produk Indomie di Nigeria 54
Gambar 4.15 Logo PT Indofood Sukses Makmur Tbk 59
Gambar 4.16 Bendera Negara Nigeria 60
Gambar 4.17 Peta Negara Nigeria 62
Gambar 4.18 Diagram Jumlah Populasi di Nigeria Tahun 2019-2023 64
Gambar 4.19 Peta Kemiskinan di Nigeria Tahun 2018/2019 66
Gambar 4.20 Urutan Persentase Kemiskinan di Nigeria 67
Gambar 5.1 Indomie Varian Relish 87
Gambar 5.2 Kegiatan Indomie Fan Club 90
Gambar 5.3 Aplikasi Bright Minds IFC 93

DAFTAR BAGAN

halaman

Bagan 2. 1: Alur Fikir Penelitian.....25

DAFTAR TABEL

halaman

Tabel 1.1: Annual Report ICBP 3
Tabel 1.2: Annual Poverty Report of Nigeria..... 5
Tabel 1.3: Annual Unemployment Report of Nigeria 6
Tabel 1.4 : Laporan Tahunan Anak-Anak yang Tidak Bersekolah di Nigeria 7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu..... 18
Tabel 2.2 Waktu Penelitian..... 31
Tabel 5.1: Identifikasi dan Strategi brand Indomie di Nigeria..... 77
Tabel 5.2 Program Indomie Fan Club di Nigeria tahun 2018-2020..... 94
Tabel 5.3: Kegiatan CSR merek Indomie di Nigeria tahun 2018-2020 101

DAFTAR LAMPIRAN

halaman

Lampiran 1. Daftar Riwayat Hidup 125
Lampiran 2. Surat Tugas 126
Lampiran 3. Pedoman Wawancara ke Pihak Kedutaan Besar Indonesia di Abuja ... 127
Lampiran 4. Bukti Wawancara Kedutaan Besar Republik Indonesia di Abuja yang diwakili oleh Ibu Tuty melalui Whatsapp 128
Lampiran 5. Poverty and Inequality in Nigeria 2019 : Executive Summary 132
Lampiran 6. West Africa Economic Outlook 2019 133
Lampiran 7. ICBP Annual Report 2017 134
Lampiran 8. ICBP Annual Report 2018 135
Lampiran 9. ICBP Annual Report 2019 136
Lampiran 10. ICBP Annual Report 2020 137
Lampiran 11. ICBP Annual Report 2021 138
Lampiran 12. ICBP Annual Report 2022 139
Lampiran 13. Dufil Prima Foods PLC Shelf Prospectus 2017 140
Lampiran 14. Statistical Report on Women and Men in Nigeria 2018 141
Lampiran 15. ICBP Sustainability Report 2021 142
Lampiran 16. Nigeria Demographic and Health Survey 2018 143
Lampiran 17. Labor Force Statistics: Unemployment and Underemployment Report 144
Lampiran 18. Humanitarian Needs Overview Nigeria 145
Lampiran 19. Consolidated Emergency Report Nigeria 146
Lampiran 20. Country Office Annual Report 2021 147
Lampiran 21. Education opportunities for Out-of-School Children (OOSC) Nigeria 148
Lampiran 22. Nigeria on the Move : A Journey to Inclusive Growth - Moving Toward a Middle-Class Society 149
Lampiran 23. Nigeria Poverty Assessment 2022 150
Lampiran 24. Poverty & Equity Brief Nigeria 151
Lampiran 25. Nigeria Multidimensional Poverty Index 152
Lampiran 26. Nigeria Country Office 2020 Annual Report 153
Lampiran 27. Public Information Summary Dufil Prima Foods PLC 154

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Diplomasi korporasi merupakan sebuah aktivitas pada bidang bisnis yang dilakukan sebuah perusahaan multinasional *(MNC),* hal ini ditujukan kepada pemangku kepentingan utama di negara tuan rumah (Ingenhoff & Marschlich, 2019). Tujuan utama dari diplomasi korporasi ini adalah untuk memperoleh legitimasi organisasional agar bisa beroperasi di negara tuan rumah, umumnya sebuah perusahaan internasional bertindak secara objektif kepada kondisi sosial politik di negara tuan rumah (Marschlich, 2022). Diplomasi korporasi akan mendukung perusahaan multinasional dalam memproleh kepentingannya atau aktivitas bisnis di negara tuan rumahnya (Parningotan, 2021). Untuk mewujudkan segala kepentingan perusahaan multinasional dalam melaksanakan aktivitas bisnis dalam memperoleh keuntungan maka, perusahaan multinasional harus mendapatkan legitimasi di negara penerima. Hal ini relevan dengan PT Indofood yang berhasil masuk ke wilayah Nigeria.

PT Indofood merupakan salah satu perusahaan asal Indonesia yang berhasil melakukan ekspansi bisnis ke negara-negara di dunia. Salah satu produk yang sangat menonjol dari produk yang telah diproduksi oleh PT Indofood adalah Indomie. Popularitas Indomie di Indonesia tidak bisa dipungkiri lagi karena Indomie memegang pangsa pasar produk mie instan terbesar di Indonesia (Ghafiqi, 2023). Selain di gadang gadangkan sebagai merek mi instan yang paling populer di Indonesia, Indomie juga

sukses menyebar hingga ke pasar internasional (Adi et al., 2020). 1992 merupakan tahun pertama kali PT Indofood melakukan aktivitas ekspor produk dan diketahui bahwa produk yang pertama kali diekspor adalah produk Indomie, kegiatan ekspor ini dilatarbelakangi oleh keluh kesah warga negara Indonesia (WNI) yang menetap dalam jangka panjang di luar negeri dan merindukan cita rasa Indomie (Abhiyoga et al, 2021). Salah satu negara yang menjadi target PT Indofood untuk berekspansi adalah Nigeria.

PT Indofood menargetkan Nigeria bukan tanpa alasan, melihat kondisi masyarakat Nigeria yang senang akan ide dan produk baru itulah mengapa PT Indofood menjadikan Nigeria sebagai negara tujuan ekspansi bisnisnya (Fakhriansyah, 2023). Selain itu Nigeria juga dinilai memiliki sumber daya alam yang besar seperti mineral dan agrikultur, kemudian juga Nigeria dinilai memiliki sumber daya manusia yang berlimpah, hal ini didukung pula dengan biaya yang cukup ekonomis, lalu dengan adanya kondisi di mana pertumbuhan sektor swasta yang dinilai dinamis ini juga dianggap sebagai sebuah keadaan yang mendukung bidang perindustrian (Ningsih, 2016). Ketika ingin melakukan investasi luar negeri, PT Indofood melihat kondisi negara yang sedang dalam pembangunan dan berpotensi untuk maju, itulah mengapa PT Indofood menetapkan Nigeria sebagai salah satu negara tujuan investasinya (Jamira et al, 2024).

Pada tahun 1988, PT Indofood melakukan ekspor produk Indomie pertama kali ke Nigeria, kemudian seiring berjalannya waktu ternyata produk Indomie sangat diminati oleh konsumen-konsumen masyarakat Nigeria dan menyebabkan permintaan

produksi dengan jumlah yang tinggi (Jamira et al, 2024). Sehingga karena adanya permintaan yang tinggi tersebut pada awal 1995, PT Indofood dibawah kuasa *Salim Group* akhirnya bekerja sama dengan *Tolaram Group* membangun sebuah perusahaan yaitu *De United Industries* (DUFIL), dengan ini perusahaan tersebut dapat meningkatkan kemampuan dalam meningkatkan operasional, meningkatkan efisiensi dalam segi apapun dan yang paling penting adalah dapat meningkatkan profitabilitas (Omokayode, 2021).

Selain itu, alasan pendorong *Salim Group* ingin melebarkan sayapnya di Nigeria adalah karena kala itu Afrika Barat dan Afrika Utara sedang gencar dalam menumbuhkan industri halal (Clifford, 2022). Dengan dibangunnya perusahaan DUFIL tersebut membawa dampak yang baik bagi Indomie, karena dengan langkah tersebut menjadikan Indomie sebagai pemrakarsa mie instan pertama bahkan terbesar di Afrika (Jamira et al. 2024). Perjalanan dan proses ekspansi yang dilakukan oleh Indofood dapat dikatakan cukup mulus pada saat itu, hal itu ditandai dengan adanya penobatan oleh *Kantar World Panel* yang menetapkan Indomie sebagai mie instan paling laris di Afrika (Todingdatu, 2023).

Tabel 1.1: Annual Report ICBP

Annual Report Indofood Consumer Branded Products (ICBP) ***Dufil Prima Foods*** *(Angka dihitung dalam satuan juta Rupiah)*	
Tahun	**Pendapatan Penjualan**
2015	357.369
2016	370.755
2017	387.841

2018	563.164
2019	445.827
2020	523.810
2021	446.686
2022	448.060

Sumber: *Annual Report Indofood Consumer Branded Products (ICBP)* dan telah diolah oleh peneliti

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah angka pendapatan yang diraih oleh *Dufil Prima Foods* dari tahun 2015-2022. Dari tabel tersebut diketahui dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 mengalami peningkatan yang signifikan khususnya pada tahun 2018 yang mengalami kenaikan sebesar 46,57%. Setelah itu, pada tahun 2019 sempat mengalami penurunan namun tidak terlalu jauh signifikan dari pendapatan pada tahun 2018, setelah itu tahun 2020 mulai kembali stabil.

Melihat perjalanan PT Indofood yang sukses dalam memperkenalkan indomie di Nigeria bukan berarti PT Indofood tidak menghadapi berbagai tantangan dalam prosesnya. Terdapat tantangan pula seperti kondisi sosial politik dan sosial masyarakat di Nigeria. Nigeria memiliki masyarakat yang mayoritas beragama Islam dan Kristen, diketahui wilayah utara Nigeria mayoritasnya adalah muslim, kemudian wilayah selatan mayoritas beragama non-muslim seperti Kristen dan wilayah tengah memiliki kepercayaan yang beragam (Metz, 1992). Maka dari itu, PT Indofood harus memikirkan strategi bagaimana agar bisa mendapatkan kepercayaan masyarakat Nigeria yang mayoritasnya beragama Islam dalam mengonsumsi produk mereka yaitu indomie. Kemudian juga PT Indofood harus menghadapi dan beradaptasi dengan

kondisi kemiskinan dan pendidikan di Nigeria, persaingan *brand* sesama mie instan serta wabah COVID-19 yang terjadi pada tahun 2019 lalu.

Negara yang memiliki sumber daya alam melimpah umumnya akan terhindar dari kemiskinan, namun hal tersebut tidak berlaku di Nigeria karena Nigeria masih berkutat dengan masalah kemiskinan (Omotola, 2008). Sebuah negara yang mengalami kondisi dibawah standar kecukupan umumnya akan menghambat pertumbuhan masyarakatnya (Firmani et al, 2021).

Tabel 1.2: Annual Poverty Report of Nigeria

Persentase Angka Kemiskinan di Nigeria **Tahun 2018 sampai dengan 2020 menurut laporan *World Bank*** *(Dari jumlah populasi sekitar 206 juta jiwa)*	
Tahun	**Persentase**
2018	40.1%
2019	40.2%
2020	42,5%
2021	43%
2022	62.3%

Sumber: *World Bank* dan telah diolah oleh peneliti.

Dari tabel 1.2 yang tersaji tersebut dapat diketahui bahwa dari jumlah populasi sekitar 206 juta jiwa masyarakat Nigeria yang mengalami kemiskinan menyentuh angka sebesar 40%. Angka tersebut hampir menyentuh setengah dari populasi manusia di Nigeria. Pada tahun 2018 dan 2019 hanya mengalami peningkatan sebesar 0,2

persen, kemudian di tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 2.4 persen karena menghadapi wabah covid-19 dan terus meningkat hingga menyentuh 62.3% di tahun 2022 (*World Bank*, 2022). Tingginya angka kemiskinan di Nigeria juga selaras dengan meningkatnya tingkat pengangguran di negara tersebut. Menurut data laporan *Unemployment Report Nigeria 2020*, pengangguran di Nigeria terus mengalami lonjakan signifikan dalam jenjang waktu 2018 hingga 2020, lonjakan dapat dilihat dengan jelas terutama setelah adanya pandemi COVID-19 yang meluluh lantahkan perekonomian global termasuk pula Nigeria.

Tabel 1.3: Annual Unemployment Report of Nigeria

Laporan Jumlah Masyarakat Tidak Bekerja di Nigeria Tahun 2018 sampai 2020	
Tahun	**Persentase**
2016	14,2%
2017	18.4%
2018	23.1%
2020	33,3%

Sumber: *NBS* dan telah diolah oleh peneliti.

Dari tabel 1.3 diketahui bahwa pandemi covid-19 sangat berdampak kepada tingkat pengangguran. Terlihat pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 10 persen dari tahun 2018, walaupun pada tahun 2019 tidak terdapat data spesifik namun, peningkatan tersebut merupakan peningkatan yang drastis. Dampak dari krisis yang disebabkan oleh pandemi covid-19 tersebut menyebabkan banyak perusahaan yang

bangkrut lalu memulang rumahkan pekerjanya. Kurangnya akses terhadap pekerjaan yang layak, ditambah dengan rendahnya tingkat investasi di sektor industri dan manufaktur, semakin memperburuk kondisi tenaga kerja di Nigeria. Oleh karena itu, kebijakan yang berfokus pada penciptaan lapangan kerja, peningkatan keterampilan tenaga kerja, dan pengembangan sektor ekonomi yang berkelanjutan menjadi kebutuhan mendesak untuk mengatasi permasalahan ini.

Masalah kemiskinan di Nigeria juga berdampak dengan kondisi pendidikan di Nigeria. Kondisi pendidikan di Nigeria mengalami kondisi yang cukup buruk, hal ini dikarenakan kurangnya fasilitas pendidikan yang memadai, rendahnya tingkat partisipasi sekolah, serta keterbatasan akses bagi anak-anak di daerah pedesaan dan kondisi wilayah yang rawan akan konflik.

Tabel 1.4 : Laporan Tahunan Anak-Anak yang Tidak Bersekolah di Nigeria

Jumlah Angka Anak tidak Sekolah di Nigeria Tahun 2018 sampai dengan 2020 menurut laporan *UNICEF*	
Tahun	**Jumlah**
2018	10.5 juta
2019	10,2 juta
2020	13,2 juta
2021	15 juta
2022	18,5 juta

Sumber: *UNICEF* dan telah diolah oleh peneliti.

Tabel 1.4 menunjukkan jumlah anak-anak Nigeria yang tidak beruntung dalam mendapatkan akses pendidikan. Tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 25.7 persen dari tahun 2018 dan terus meningkat hingga 18,5 juta dalam kurun waktu 2 tahun. Menurut UNICEF, penyebab dari rendahnya nilai pendidikan di Nigeria tidak hanya dari faktor geografi dan kemiskinan, namun gender juga menjadi salah satu faktornya.

Di beberapa wilayah pedesaan Afrika Barat, perpindahan jarak tempuh pendek bersifat musiman telah lama menjadi strategi penting bagi kaum muda dalam membangun mata pencaharian mereka. Secara historis, mobilitas ini menunjukkan pola gender, umumnya pria muda memulai perjalanan migrasi mereka dengan bekerja di sektor pertanian atau pertambangan, sementara para wanita muda biasanya bekerja sebagai asisten rumah tangga di kawasan perkotaan, biasanya mereka bekerja dengan kerabat, lalu beralih ke pekerjaan bergaji lainnya seiring peningkatan keterampilan mereka (Sumberg, 2021).

Di negara bagian di timur laut dan barat laut Nigeria, tingkat kehadiran bersih perempuan di sekolah dasar masing-masing sebesar 47,7 persen dan 47,3 persen, yang berarti lebih dari setengah jumlah anak perempuan tidak bersekolah (UNICEF, 2021). Ketertinggalan pendidikan di Nigeria utara disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk hambatan ekonomi serta norma dan praktik sosial-budaya yang menghambat kehadiran di pendidikan formal, terutama bagi anak perempuan (UNICEF, 2021).

Selain mengalami masalah pendidikan, pada tahun 2020 juga terjadi wabah Covid-19 yang menjangkit seluruh dunia dan Nigeria menjadi salah satu negara yang menghadapi wabah tersebut. Menurut laporan tahunan World Health Organizations di Nigeria, sepanjang tahun 2020 terdapat 87.606 jiwa yang terjangkit virus covid-19 dan sebanyak 1.289 jiwa di antaranya meninggal dunia (*World Health Organizations*, 2020). Tidak hanya mempengaruhi aspek kesehatan saja, namun operasional PT Indofood juga ikut terhambat akibat dari wabah covid-19. Bahan baku merupakan hal utama dalam proses produksi suatu produk makanan, maka dari itu segala proses distribusi bahan baku menjadi terhambat akibat dari lockdown pada saat wabah covid-19 melanda (Benny et al, 2023).

Dibalik kesuksesan PT Indofood dalam memperkenalkan *brand* indomie di Nigeria, tentu akan ada hal-hal yang harus dihadapi oleh PT Indofood untuk memperoleh *license to operate.* Berbagai masalah seperti kemiskinan, pendidikan yang tidak merata hingga wabah covid-19 di Nigeria harus di pertimbangkan oleh PT Indofood untuk ikut berkontribusi guna mendapatkan legitimasi beroperasi di negara tuan rumah tersebut. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis diplomasi korporasi yang dilakukan PT Indofood di Nigeria dalam kurun waktu 2018 hingga tahun 2020. Analisis ini penting untuk memahami bagaimana PT Indofood turut berkontribusi melibatkan diri untuk menanggulangi masalah sosial yang ada Nigeria sebagai bentuk dari diplomasi korporasi.

1.2. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh penulis yaitu “Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020” Identifikasi Masalah Penelitian yang akan di paparkan oleh penulis yaitu:

1. Berbagai tantangan yang harus dihadapi dan diatasi oleh PT Indofood untuk memperoleh legitimasi atau *license to operate*.
2. Permasalahan kemiskinan di Nigeria yang mempengaruhi tingginya angka pengangguran di Nigeria.
3. Rendahnya tingkat pendidikan di Nigeria yang harus dihadapi oleh PT Indofood.
4. Wabah covid-19 pada tahun 2020 yang menyebabkan seluruh aktivitas di Nigeria terhambat.

1.3. Fokus Penelitian

Batasan penelitian ini akan berfokus pada diplomasi korporasi yang dilakukan oleh PT Indofood dan juga melalui Dufil Prima Food sebagai bentuk dari upaya *joint venture* antara *Salim Group* dan *Tolaram Group* dalam rangka berinvestasi di Nigeria. Hasil akhir fokus penelitian ini diharapkan konsisten dan sejalan dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah digunakan sebelumnya. Batasan waktu juga turut di tetapkan oleh penulis, yaitu dalam rentang tahun 2018 sampai dengan 2020 namun, penulis juga ada menyebutkan fenomena diluar limitasi tahun penelitian guna melihat tinjauan historis.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan judul yang diangkat penulis mengenai “Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020”. Penulis akan mengangkat permasalahan “Bagaimana Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria tahun 2018 sampai tahun 2020?”.

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat penulis mengenai “Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui permasalahan sosial masyarakat di Nigeria yang dihadapi oleh PT Indofood.
2. Mengetahui kondisi kemiskinan di Nigeria yang dihadapi oleh PT Indofood.
3. Mengetahui kondisi rendahnya tingkat pendidikan di Nigeria yang dihadapi oleh PT Indofood.
4. Mengetahui wabah covid-19 pada tahun 2020 di Nigeria yang dihadapi oleh PT Indofood.

1.6. Manfaat Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat penulis mengenai “Diplomasi Korporasi PT Indofood Melalui Produk Indomie di Nigeria Tahun 2018-2020”. Berikut adalah klasifikasi manfaat penelitian yang telah penulis rangkum:

1.6.1. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan manfaat:

1. Memberikan pengetahuan mengenai diplomasi korporasi PT Indofood di Nigeria.
2. Memberikan pengetahuan tentang hubungan PT Indofood sebagai sebuah *multinational company* dengan Nigeria sebagai negara penampung .
3. Sebagai referensi penelitian- penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan isu yang telah penulis angkat yaitu mengenai Diplomasi Korporasi PT Indofood.

1.6.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat:

a. Bagi penulis

   Dapat dijadikan sebagai penambah wawasan dan pengalaman dalam menemukan topik terkait Diplomasi Korporasi PT Indofood dengan Nigeria.

b. Bagi pembaca

   Di harapkan dari tulisan ini dapat menjadi referensi ataupun sumber untuk menambah wawasan mengenai Diplomasi Korporasi PT Indofood dengan Nigeria.