

# Diplomasi Indonesia melalui Indomie terhadap Nigeria

**Aulia Ramadhani**  
**Engga Ayu Yulliana**  
**Kendalita Sari**  
**Qorry Oktavia Permata**

*Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"  
Jawa Timur*

*email: auliaramadhani507@gmail.com*

*email: enggayulliana@gmail.com*

*email: kendalita27@gmail.com*

*email: qorioktavia98@gmail.com*

## **ABSTRACT**

*A country does need help from another country to be able to fulfill the living needs of the people of that country. One country that is dependent on other countries is Nigeria. Africa is a continent that has a population of about 40% of the world's population. Africa itself has 40% of the world's population. However, with this large population, countries in the region are experiencing problems in the economic and food sectors. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. see the opportunity. Indomie's entry into the African market indirectly made Indonesian culinary better known. The purpose of this study is to analyze how Indomie as a tool of diplomacy Indonesia to Nigeria to achieve food security and improve bilateral relations between the two countries. This study uses a qualitative-descriptive method. The results of this study indicate that this step is the first step for Indonesia to conduct soft-diplomacy through Indomie with the Nigerian government.*

**Keywords :** *Diplomacy, Economy Diplomacy, Indonesia, Africa, Indomie*

*Suatu negara pada hakikat membutuhkan bantuan dari negara lain untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup masyarakat dari negara tersebut. Salah satu negara yang bergantung pada negara lain yakni Nigeria. Afrika merupakan benua yang mempunyai populasi masyarakat sekitar 40% dari populasi dunia. Namun, dengan banyaknya populasi tersebut membuat negara yang berada di kawasan ini mengalami masalah di sektor ekonomi dan pangan. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. melihat peluang tersebut. Masuknya Indomie di pasar Afrika secara tidak langsung membuat kuliner Indonesia lebih dikenal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana Indomie dapat menjadi alat diplomasi Indonesia ke Nigeria hingga tercipta ketahanan pangan dan meningkatkan hubungan bilateral diantara kedua negara. Penulis menggunakan metode kualitatif-deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa langkah tersebut menjadi langkah awal Indonesia melakukan soft-diplomacy melalui Indomie dengan pemerintah Nigeria.*

**Kata Kunci :** *Diplomasi, Diplomasi Ekonomi, Indonesia, Afrika, Indomie*

## **Pendahuluan**

Hubungan antara Indonesia dan negara-negara Afrika secara historis telah terjalin sejak *Asian-African Conference* (AAC) pada tahun 1955. Konferensi tersebut melambangkan solidaritas politik ekonomi Dunia Ketiga untuk memajukan pembangunan regional, sosial, politik, ekonomi, dan budaya dalam menghadapi tatanan *politic-military* negara-negara adidaya. Hubungan dengan negara-negara Afrika mengalami stagnasi ketika pada tahun

1964-1970 terjadi perubahan politik dalam negeri di Indonesia. Sejak Orde Baru di bawah era kepemimpinan Soeharto, kebijakan luar negeri Republik Indonesia ke Afrika tidak lagi menjadi agenda prioritas dalam membina persahabatan sebagai sesama negara Dunia Ketiga. Padahal, potensi kerja sama dengan Afrika sangat menjanjikan dalam upaya Indonesia untuk mengamankan pembukaan UUD 1945 yang membangun kemakmuran, keadilan, dan perdamaian sehingga tercipta stabilitas politik kawasan Afrika. Itulah alasan mengapa Indonesia mengurangi hubungannya dengan negara-negara Afrika, dan lebih memilih untuk membangun dengan negara-negara seperti Amerika Serikat, Jepang, dan Eropa Barat sebagai sumber investasi dalam pembangunan domestik Indonesia.

Negara-negara Afrika tidak memiliki sumber daya ekonomi untuk menyediakan *side payments* maupun kebijakan yang diperlukan untuk menetapkan, memelihara, dan menegakkan aturan pemerintahan (Tieku 2013). Fakta tersebut menunjukkan bahwa pentingnya pertanian dalam ekspor barang dagang Afrika agar dapat dikaitkan dengan tren global yang lebih luas. Untuk selanjutnya, kesejahteraan ekonomi dan sosial akan menjadi prioritas bagi negara-negara Afrika, bersama dengan pengejaran “otonomi”, yang didefinisikan sebagai kemampuan suatu negara dan masyarakat untuk melakukan kontrol atas alokasi sumber daya dan pilihan pemerintah (Ping 2012). Indonesia setelah Reformasi terutama pada masa Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan Joko Widodo (2011-2017) membantu Negara-negara di Afrika khususnya Nigeria untuk mengatasi masalah kemiskinan dan mewujudkan kemakmuran ekonomi dengan membangun kembali persahabatan yang lebih intens dengan Nigeria. Indofood sendiri merupakan langkah diplomatik pemerintah Indonesia, Kementerian Luar Negeri Indonesia sebagai badan eksekutif yang kuat berfungsi dalam melakukan negosiasi dengan negara tujuan. Bentuk diplomasi ekonomi mie instan oleh Indonesia adalah bagian dari turunan diplomasi publik yang memprioritaskan dialog penyelesaian dengan kerja sama yang saling menguntungkan daripada sekadar mengejar manfaat dari kerja sama tersebut. Afrika memiliki ruang lingkup substansial untuk meningkatkan keamanan pangan dengan menerapkan kebijakan investasi yang mendukung di sektor pertanian mereka. Peningkatan perdagangan antara negara-negara Afrika khususnya antara ekspor dan impor makanan yang higienis juga diharapkan mampu memberikan cara bagi perdagangan Afrika untuk meningkatkan keamanan pangannya (Saner et al. 2012). Hubungan Indonesia dan Afrika yang dibangun kembali memberikan peluang perdagangan sebesar USD 10,7 miliar (Rubiolo 2014).

Berdasarkan uraian latar belakang maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu, bagaimana kerjasama diplomasi antara Indonesia dan Afrika dengan menggunakan mie instan dalam mewujudkan ketahanan pangan di Afrika 2001 -2019 ? Kejayaan mie instan Indomie di Afrika merupakan keberuntungan karena dapat memasuki pasar Nigeria. Nigeria merupakan Negara yang mempunyai masalah kompleks terkait ekonomi dan keamanan, selain itu pertumbuhan penduduk yang tinggi dibandingkan negara Afrika yang lainnya dengan rata-rata keluarga memiliki lima anak membuat Indomie menjadi pilihan alternatif makanan yang murah bagi keluarga daripada harus membeli beras (Wargadiredja 2017). Dengan tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana mie instan bisa menjadi alat diplomasi Indonesia ke Afrika, sehingga terbentuknya hubungan kerjasama antara kedua negara. Penulis ingin menjelaskan gambaran umum mengenai *Soft Power*, diplomasi publik dan diplomasi ekonomi Indonesia di Afrika yang telah dan sedang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Penulis juga menjelaskan mengenai implementasi dan dampaknya pada ketahanan pangan di Afrika dari diplomasi tersebut.

### **Kerangka Dasar dan Konsep**

Dalam penelitian ini, penulis memerlukan konsep yang tepat sebagai alat analisis untuk menemukan jawaban yang komprehensif untuk masalah tersebut. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep yang mendukung pemahaman masalah yang telah

dirumuskan. Dalam kerangka pikir, penulis akan mencoba menjelaskan permasalahan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana kerjasama diplomasi antara Indonesia dan Afrika dengan menggunakan mie instan dalam mewujudkan ketahanan pangan di Afrika pada 2001-2019? Permasalahan yang akan diteliti akan digabungkan dengan konsep yang akan disusun dalam kerangka berpikir. Untuk mendukung penelitian ini, penulis akan memakai konsep dalam hubungan internasional, yaitu:

*Soft Power*, pertama kali dikutip oleh Joseph Nye pada tahun 2003 dan secara resmi diterbitkan pada tahun 2004, *soft power* membedakan dirinya dari *hard power* dengan jenis kapabilitas yang digunakan. Sementara *hard power* adalah kemampuan untuk bertindak atau mempengaruhi perilaku negara lain dengan menggunakan cara koersif, *soft power* mencoba menarik dan menggerakkan opini untuk menciptakan hasil positif (Nye 2004). Munculnya pengaruh aktor *non-state* berarti bahwa negara sekarang perlu bekerja sama untuk mencapai hasil yang diinginkan. Tidak hanya negara-negara asing tetapi juga aktor *non-state* harus bertindak untuk mendukung kebijakan luar negeri. Dalam pengertian ini, *soft power* membantu menciptakan pemahaman positif dan meningkatkan kemungkinan memiliki hasil positif atau setidaknya dukungan dari aktor lain.

Seperti halnya hubungan Indonesia dengan Afrika, politik internasional Indonesia memperjuangkan terwujudnya ketahanan pangan di Afrika melalui produk dalam negerinya seperti mie instan Indomie. Keterlibatan Indonesia dalam kegiatan ekonomi regional dimaksudkan untuk membangun sektor strategis upaya pengembangan ekonomi nasional (Wuryandari, G. 2016). Hal tersebut bagian dari *soft power* dan diplomasi publik yang merupakan alternatif untuk mengatasi masalah global kontemporer dalam kebijakan luar negeri. *Soft power* suatu negara yang utama bertumpu pada kebijakan luar negeri.

Diplomasi Publik. Secara umum, diplomasi publik didefinisikan sebagai hubungan komunikasi pemerintah dalam lingkup internasional. Mark Leonard dalam bukunya *Public Diplomacy* (2002), menjelaskan bahwa diplomasi publik didasarkan pada asumsi bahwa citra dan reputasi suatu negara adalah barang publik yang dapat menciptakan lingkungan yang memungkinkan atau melumpuhkan untuk transaksi individu. Bekerja pada isu-isu tertentu akan memberi gambaran umum tentang negara tersebut dan melihatnya kembali - baik dalam arah positif maupun negatif. Mark Leonard juga menjelaskan perbedaan antara diplomasi tradisional dan publik yaitu diplomasi publik melibatkan kelompok orang yang jauh lebih besar dan serangkaian kepentingan yang lebih besar yang berada di luar pemerintah. Mark Leonard mendefinisikan diplomasi publik sebagai:

*“In fact public diplomacy is about building relationships; understanding the needs of other countries, cultures and peoples; communicating our points of view; correcting misperceptions; looking for areas where we can find common cause”.*

Diplomasi Ekonomi. Secara terperinci, diplomasi ekonomi adalah bentuk diplomasi yang menggunakan alat ekonomi negara untuk mencapai kepentingan nasionalnya dan diplomasi ekonomi mencakup semua kegiatan ekonomi, termasuk pada ekspor, impor, investasi, pinjaman, bantuan, dan perjanjian perdagangan bebas, dan lain-lain (Moons et al. 2009). Pada akhirnya, kembali ke kepentingan suatu negara untuk mencapai kesejahteraan, diplomasi ekonomi akan digunakan sebagai salah satu alat untuk mencapainya. Diplomasi ekonomi menyangkut ketahanan pangan untuk kepentingan nasional. Ketahanan pangan merupakan tanggung jawab negara dan ketahanan pangan juga dianggap sebagai patokan ketersediaan pangan yang cukup pada level nasional dengan ketersediaan gizi, nutrisi, dan menunjang kesehatan umum (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2015)

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka atau studi dokumen baik dari sumber primer maupun sekunder. Teknik studi pustaka (*library research*) menggunakan sumber-sumber yakni berupa literatur-literatur (buku), artikel-artikel dari jurnal ilmiah dan dari situs internet yang mendukung pengumpulan data baik data sekunder dengan permasalahan yang dibahas maupun dokumen resmi sebagai sumber primer yang didapat melalui jurnal-jurnal yang langsung dikeluarkan oleh pihak terkait-Kementerian Luar Negeri yang membahas mengenai data terkait penelitian, sumber lainnya adalah situs resmi seperti [www.kemlu.com](http://www.kemlu.com), [www.kemendag.go.id](http://www.kemendag.go.id), dan lain-lain. Berdasarkan data-data atau bahan yang dikumpulkan tersebut kemudian dilanjutkan dengan penganalisaan.

## Diskusi dan Hasil

### **Diplomasi Indonesia Menggunakan Indomie untuk Membangun Hubungan Ekonomi Dengan Afrika**

Menurut *IMF World Economic Outlook Report 2014*, Nigeria mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar 7,2% (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia). Kerjasama antara Indonesia dan Afrika perlu dibentuk lebih realistis. Selain memperkuat ekonomi, antara lain dengan mengundang pengusaha Indonesia untuk berinvestasi di pasar Afrika, kekuatan ekonomi dan politik Indonesia berpotensi untuk berkontribusi pada aspek lain dari pembangunan Afrika. Untuk itu, kontak *people-to-people* antara Indonesia dan Afrika perlu ditingkatkan sehingga orang-orang dari kedua belah pihak lebih akrab dan mengerti satu sama lain.

Hal tersebut dapat dilakukan dengan memfasilitasi kunjungan antara kedua negara dalam bentuk kebijakan bebas visa. Kerjasama antara kedua belah pihak tidak hanya terbatas pada pemerintah pusat, tetapi juga dapat dikembangkan kerjasama antara walikota di Indonesia dengan walikota di Afrika (Triyono 2016). Meningkatkan keterbukaan perdagangan antara *net food exporting* dan negara-negara *net food-importing* di Afrika secara regional tentunya dapat membantu mengurangi kerawanan pangan di negara tersebut. Hal itu menyebabkan harga produk dalam negeri, terutama makanan menjadi mahal karena pemerintah negara-negara Afrika mengenakan tarif impor untuk produk makanan dan subsidi untuk produk dalam negeri. Senegal, Liberia, Nigeria, Angola, dan negara-negara Afrika lainnya telah mencoba menurunkan tarif impor untuk mengurangi kemiskinan dan kelaparan.

Indonesia telah melakukan negosiasi perdagangan dalam kerangka kerja *Preferential Trade Agreement* (PTA) dengan beberapa kelompok ekonomi di Afrika untuk mendapatkan pengurangan tarif perdagangan. Tantangan perdagangan dengan Afrika bagi Indonesia salah satunya adalah tarif yang tinggi untuk beberapa produk dari Indonesia (Yulianto 2016). Indonesia melalui Kementerian Luar Negeri Indonesia bersama Kementerian Perdagangan RI mengundang perusahaan nasional untuk berinvestasi di sektor pangan dan agroindustri di Afrika karena potensi diplomasi ekonomi Indonesia-Afrika membawa respons positif. Sebenarnya, sejumlah pengusaha swasta Indonesia sudah mulai memasuki Afrika. Sebagai contoh, Indomie memiliki pabrik besar di Nigeria dengan sekitar 6.000 karyawan dan pangsa pasar hingga 74% di Afrika Barat. Begitu juga beberapa merek lama seperti obat tablet sakit gigi Naspro, sabun deterjen B-29, rupanya cukup untuk menginvasi pasar di Afrika dalam beberapa tahun lalu (Susilo 2015). Adanya kesepakatan perdagangan bebas yang terjalin membuat kesempatan berinvestasi terjalin dan menggaet salah satu negara di Afrika yaitu Nigeria sebagai mitra dagang terbesar Indonesia (NERACA, 2017).

Sayangnya, peluang bisnis tersebut tidak ditangkap oleh banyak pengusaha Indonesia karena kurangnya dukungan pemerintah RI. Hanya segelintir perusahaan swasta nasional

yang ingin melihat peluang bisnis di benua Afrika. Tetapi hal tersebut tidak berlaku untuk PT Indofood Sukses Makmur, produsen Indomie ini adalah salah satu perusahaan Indonesia paling sukses di benua Afrika. Indofood telah membangun pabrik terbarunya di Mesir, Maroko, Nigeria, Sudan, Afrika Selatan, Mozambik, dan lain-lain dalam periode tahun 2009-2019.

Kekayaan kuliner (mie instan) suatu bangsa menjadi daya tarik bangsa lain di mata internasional. Pengalaman kuliner menawarkan kepada masyarakat asing cara informal untuk berinteraksi dengan budaya yang berbeda dengan cara yang lebih dekat melalui rasa. Dengan pengalaman kuliner yang baru, mereka diharapkan mengenal budaya lain (Pujayanti 2017). Salah satunya dengan pengenalan budaya suatu negara sebagai cara diplomasi publik yang membangun jaringan kerja sama dalam kerangka regionalisme. Penggunaan mie instan sebagai perdagangan ekonomi dan diplomasi yang dilakukan oleh Indonesia mulai tahun 2001 dalam menjalin kerja sama dengan negara-negara Afrika meningkatkan kerja sama investasi di bidang industri produksi dan industri manufaktur dalam rangka mendorong perluasan pasar produk Indonesia ke Afrika (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2011).

Indonesia memanfaatkan kerja sama ini untuk membentuk *national branding* sebagai bentuk pengenalan budaya nasional Indonesia kepada masyarakat internasional. Penggunaan satu produk mie instan dapat digunakan untuk memperkuat geopolitik dan kepentingan nasional Indonesia antara Indonesia dan Afrika dalam memerangi kelaparan dan kekurangan gizi di Afrika. Strategi diplomasi Indonesia ini memfasilitasi transmisi budaya dengan ikut merasakan budaya makan suatu negara melalui citra rasa yang disampaikan dari rasa. Aktor *non-state* memiliki peran penting untuk mengembangkan gastrodiplomasi, salah satunya perusahaan multinasional dari Indonesia (Pujayanti 2017).

Perusahaan Indonesia, diharapkan menjadi pemain di pasar global, oleh karena itu kesiapan dunia bisnis di negara tersebut perlu ditingkatkan. Produk yang akan dijual harus memiliki standar internasional, dijamin dari segi kualitas dan kuantitas, dan memiliki persediaan produk yang cukup. PT Indofood sebagai produsen mie instan Indomie, pertama kali membuka pabrik di Afrika yang berlokasi di Nigeria, Afrika Barat. Indomie adalah pilihan makanan instan bagi banyak orang di wilayah Afrika Barat ketika stoknya melimpah, terutama di Ghana dan Nigeria.

Peningkatan arus perdagangan dan investasi antara Indonesia dan mitra Afrika mencerminkan kebutuhan unilateral. Perubahan diplomasi ekonomi antara Indonesia dan Afrika menggunakan mie instan diharapkan dapat meningkatkan antusiasme pengusaha Indonesia. Keberhasilan penetrasi mie instan bisa dilihat ketika orang mulai mengenal mie instan sebagai makanan pokok atau lauk. Komitmen Indonesia untuk memperkuat *South-South and Triangular Cooperation* (SSTC) juga diperkuat pada tahun 2017 dengan terus mengadvokasi tata pemerintahan yang baik, akuntabilitas, dan transparansi (Marsudi 2018). Semangat kerja sama perlu didorong untuk menghasilkan hasil yang optimal dalam dunia kompetisi. Membangun kemitraan adalah kunci untuk memulihkan dan meningkatkan esensi kerja sama regional dan global (Marsudi 2018). Hal tersebut adalah bagian dari kebijakan luar negeri Indonesia yang berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat internasional untuk bersama-sama memerangi kelaparan dan kemiskinan, sehingga memiliki posisi politik yang kuat dalam menghadapi masalah internasional.

Tantangan diplomasi ekonomi Indonesia adalah bagaimana mendorong jaminan ekspor-impor dan pembiayaan dengan negara-negara Afrika. LSM juga telah menunjukkan bahwa mereka sangat mahir dalam mempengaruhi publik asing. Hal tersebut adalah bagian dari kemerdekaan politik-ekonomi negara dengan peran memajukan bersama masyarakat suatu negara adalah bagian dari diplomasi publik yang mengedepankan saling ketergantungan

hubungan diplomatik antara kedua negara (Melissen 2005). Kebijakan luar negeri semacam ini, menurut Nye (2004) tidak memiliki peralihan kekuatan militer ke perusahaan-perusahaan multinasional yang memiliki sumber daya ekonomi yang sangat besar dalam perdagangan diplomatik dan internasional Dunia Ketiga.

Status Afrika sebagai importir pangan tetap menjadi kunci untuk memahami tantangan ketahanan pangan yang dihadapi negara-negara Afrika di mana proporsi total pengeluaran untuk makanan bisa mencapai 50%. Tantangan ini digaribawahi pada saat harga produk pertanian yang diperdagangkan secara internasional dan pendapatan ekspor dari komoditas primer diperkirakan akan naik dalam volatilitas untuk masa mendatang. Ketidakpastian yang dihadapi negara-negara berkembang, khususnya importir makanan higienis sangat besar, dan ketidakpastian yang diciptakan oleh kebijakan non-pertanian telah dan terus memengaruhi pertanian di Afrika (Saner et al. 2012).

Kekurangan yang terjadi di negara-negara Afrika dalam hal pertanian dan harga makanan yang mahal, membuat produk mie instan Indomie mudah untuk memasuki pangsa pasar di Afrika seperti di Mesir, Nigeria, dan Afrika Selatan. Kehadiran Indomie memperkuat hubungan dengan Afrika untuk mengatasi masalah di sana terutama kendala keamanan dan ketahanan pangan masyarakat Afrika (Djafar et al. 2012). Setelah pembukaan pabrik Indomie, Indonesia-Nigeria melawan perdagangan dua komoditas strategis minyak sawit dan minyak mentah, karena minyak sawit adalah bahan baku utama produk Indomie yang telah mengendalikan 74% pangsa pasar di Nigeria dengan pertumbuhan tahunan mencapai 40% (Sari 2017). Memperkuat kerja sama antara Indonesia dan Afrika melalui pendirian pabrik Indomie, seperti yang telah dijelaskan Gregory John Barrington Mills (2001) merupakan bentuk penciptaan perdamaian, keamanan dan stabilitas bersama dengan pemerintahan yang demokratis dan strategi sumber daya manusia. Secara umum, banyak jenis produk Indonesia yang telah memasuki pasar Afrika, seperti produk kertas, sabun, tekstil dan makanan. Produk Indomie bahkan telah sangat diterima oleh beberapa negara Afrika (Djafar et al. 2012). Bahkan pada 2014, penjualan produk mie instan yang dihasilkan dari salah satu pabriknya di Nigeria mencatat pendapatan USD 1 miliar (Rp 13 triliun) (Finance Detik.com 2015).

Beberapa perusahaan Indonesia dengan investasi di Nigeria adalah PT. Indofood Sukses Makmur (mie instan Indomie), Sayap Mas Utama (Grup Wings) (deterjen So Klin), dan Kalbe Farma Tbk. (farmasi) (Rubiolo 2014). Tentu saja kerja sama yang telah dibangun oleh Indonesia dan Nigeria adalah bentuk politik negara Afrika untuk mendukung geopolitik nominasi Indonesia untuk anggota tidak tetap Dewan Keamanan PBB 2019-2020 (The President Post.com 2017).

Diversifikasi bersama dengan meningkatkan hubungan *south-to-south* telah menjadi strategi utama bagi negara-negara berkembang untuk mengurangi ketergantungan mereka dan untuk mendapatkan margin otonomi yang lebih besar di tingkat internasional (Rubiolo 2014). Prospek kerja sama tersebut telah mendorong Gambia, Kenya, Cape Verde, Liberia, dan negara-negara Afrika lainnya untuk mendukung Indonesia memegang posisi dalam Dewan Persatuan Telekomunikasi Internasional dan Dewan PBB Hak Asasi Manusia (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2015).

### **Diplomasi Indomie Oleh Indonesia Dapat Mengembangkan Ketahanan Pangan di Nigeria**

Dalam konteks Afrika, kerawanan pangan dan gizi pada dasarnya adalah sebuah fenomena yang terkait erat dengan kemiskinan, pertanian yang kurang baik dan kekurangan bahan pangan. Afrika, wilayah termiskin di dunia, akan mendaftarkan jumlah terbesar pertumbuhan populasi di setiap wilayah dunia antara sekarang dan 2050, dengan sekitar

40% dari pertumbuhan populasi dunia muncul dari Afrika. Namun, selama dekade terakhir di Afrika Sub-Sahara, jumlah orang yang kekurangan gizi telah meningkat sebanyak 41%, dari 169 juta sekitar tahun 1990, menjadi 239 juta pada tahun 2010. Selama 25 tahun terakhir, Wilayah Afrika telah mengalami transformasi struktural yang besar, terdapat perubahan demografis, ekonomi dan politik yang signifikan. Evolusi tersebut telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berkelanjutan yang telah menyebabkan peningkatan substansial dalam mata pencaharian dan kesejahteraan jutaan orang Afrika (Food and Agricultural Organization 2015). Di Nigeria, konsumsi perkapita membutuhkan sekitar 1,7 kg, dan tingkat konsumsi masyarakat Nigeria terhadap Indomie membutuhkan sekitar 500.000 ton gandum setiap tahun. Pencapaian tersebut berhasil membuat Indomie menyumbang 74% dari pasar Nigeria (CNN 2019).

Agenda yang akan mereka buat adalah untuk memaksimalkan kerja sama dengan Timur (negara-negara Asia seperti Indonesia). Dalam konteks ini, Indonesia akan meningkatkan kemitraan dengan negara-negara serupa, yang akan menjadi kontribusi nyata bagi perdamaian dan kemakmuran dunia. Peningkatan diplomasi kemanusiaan, khususnya bantuan kemanusiaan secara aktual yang akan dilakukan antara lain melalui pengelolaan *Indonesian Aid* (Marsudi 2018). MNC seperti Indofood yang berhasil membangun jaringan manufaktur di Afrika, adalah salah satu struktur ekonomi internasional yang menggabungkan modal, manajemen, dan teknologi dengan bahan baku dari negara-negara berkembang. PT. Indofood telah menciptakan peluang kerja bagi masyarakat lokal. Di Mesir, pabrik Indomie telah menciptakan lapangan kerja bagi 1.000 penduduk setempat. General Manager produksi Indomie di Mesir, Gunawan Harianto mengatakan, "Pekerjaan yang ditempati oleh usaha patungan Indomie adalah 1.000 karyawan, yang terdiri dari 400 orang di departemen produksi, dan 600 lainnya di distributor. Indomie telah memasuki pasar Maroko enam tahun lalu dan mendirikan Indo-Morocco Company, kemitraan usaha patungan antara Sawaz Group (Salim Group dan Wazaran / Saudi Arabia Group) dengan perusahaan Maroko lokal LINA yang dimiliki oleh pengusaha Abdullah Ghozy (Hasan A. 2016). Keberadaan pabrik Indomie diatas menunjukkan bahwa penerimaan produk Indonesia di kawasan ini sangat baik.

Indomie berada di peringkat teratas dalam kategori *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCGs) di Afrika, menjadi produk harian dengan volume penjualan yang tinggi dan harga yang relatif murah. Indomie juga mencetak poin tertinggi dalam *Consumer Reach Points* (CRPs). Karena popularitasnya, banyak orang Nigeria berpikir bahwa Indomie adalah merek lokal negara mereka. Kabarnya, pabrik Indomie di Nigeria adalah produsen mie instan terbesar di Afrika Barat (Hasan A. 2016). Harga Indomie yang lebih murah dibandingkan beras telah membuat Indomie sebagai produk andalan di Nigeria. Dilansir dalam *market place* [www.jumia.com](http://www.jumia.com) menjual harga 2kg beras seharga 5700 Naira Nigeria (NGN) atau sekitar Rp.222.000, sedangkan untuk sepuluh bungkus mie instan Indomie dihargai sebesar 645 Naira Nigeria (NGN) atau setara Rp.25.131. Ini menjadi alasan lain penduduk Nigeria lebih memilih mie instan dari pada nasi, dan menjadikan mie instan sebagai makanan pokok setara nasi. Makanan tersebut merupakan pengganti kebutuhan gizi masyarakat Afrika ketika beras dan makanan lain mengalami kelangkaan dan kenaikan harga. Di Mesir, PT. Indofood adalah perusahaan patungan dengan Salim Wazaran Abu Alata Co. Ltd. yang memproduksi 1,2 juta paket Indomie untuk pasar lokal Mesir (Ekonomi Kompas.com 2015).

Setelah pemerintah Indonesia mengundang perusahaan-perusahaan nasional untuk berinvestasi dalam ekonomi pangan dan perdagangan, kerja sama tersebut telah mengarah pada penguatan hubungan ekonomi antara kedua negara. Menteri Luar Negeri mendorong Kamar Dagang Indonesia (KADIN) untuk secara aktif berpartisipasi dalam program diplomatik Pemerintah Indonesia, termasuk melalui: (1) partisipasi sektor ekonomi yang telah memetakan relevansi dan potensi kunjungan presiden ke luar negeri; (2) merumuskan target ekonomi untuk negara-negara mitra; dan (3) menerjemahkan investasi politik yang

telah dilakukan Kementerian Luar Negeri dengan negara-negara mitra untuk menjadi investasi dengan nilai ekonomi (Triyono 2016).

Masing-masing diplomasi publik tersebut memainkan peran penting dalam membantu menciptakan citra negara yang menarik (Nye 2004). Perlunya kerja sama antar pemerintah dalam mengembangkan teknologi pangan dan juga kehadiran produk-produk MNC dapat dicapai oleh masyarakat Afrika dengan peran negara untuk menjaga stabilitas harga kebutuhan dasar dan akses sehingga semua lapisan masyarakat mendapatkan hak yang sama dalam pemenuhan kebutuhan pangan. Peran negara-negara Afrika sangat penting untuk mengatur makanan *vis-à-vis* dengan pasar dan perdagangan bebas. Dinamika politik internal di kawasan Nigeria juga merupakan tantangan lain yang dapat menghambat perdagangan ekonomi dengan Indonesia. Pencapaian nilai diplomasi dan perdagangan ekonomi Indonesia-Afrika mencapai 8,84 miliar dolar AS. Angka tersebut meningkat 15,25% dibandingkan dengan pencapaian pada tahun 2016 dan sesuai dengan kerangka target kemitraan antara Indonesia dan negara-negara berkembang (Sa'diyah dan Aini 2018).

Hilderink, et al. (2012) berdebat tentang peningkatan akses, fokusnya adalah pada peran rantai komoditas internasional, terutama penduduk miskin menghabiskan lebih dari 60% - 70% dari pendapatan mereka untuk makanan, yang dapat membuat mereka rentan bahkan terhadap kenaikan kecil dalam harga makanan. Afrika memiliki potensi untuk mengubah mie instan menjadi makanan pokok yang murah, bergizi, dan seraya meningkatkan hasil produksi. Hal tersebut juga dapat memberi masukan bahwa harga pangan global dan kelangkaan pangan membawa dampak besar, sehingga mendukung peningkatan infrastruktur kebijakan keamanan pangan (Saner et al. 2012).

### **Peran Kemenlu dalam Diplomasi Mie Instan dan Hubungan Indonesia-Afrika Setelah Diplomasi Mie Instan**

Peran Kementrian Luar Negeri dalam diplomasi Indomie berperan sebagai jembatan bagi kementrian luar negeri sebagai badan eksekutif yang kuat berfungsi dalam melakukan negosiasi untuk negara tujuan. Hal ini dibuktikan dengan didirikannya pabrik indomie diluar indonesia. Di Nigeria yang sudah 20 tahun pabrik Indomie berdiri atau Serbia yang baru saja meresmikan pendirian pabrik Indomie. Nilai investasi yang ditanam oleh Indofood mencapai €11 juta (Hasan A. M. 2016). Seperti yang dipaparkan di atas bahwa kerja sama dengan Afrika sudah cukup lama, pada 2019 lalu KBRI di Pretoria, Afrika Selatan menyumbangkan mie instan asal Indonesia dalam rangka peringatan International Nelson Mandela Day 2019 yang dikoordinasikan oleh Kementrian Luar Negeri Afrika Selatan (DIRCO) melalui penyelenggara kegiatan DIRCO Ministerial Outreach Programme (Kementerian Luar Negeri 2019). Peluang investasi di Nigeria besar karena Nigeria merupakan negara ekonomi terbesar di kawasan Tengah dan Barat Afrika.

Pada tahun 2014 ada 26 perusahaan Indonesia yang berinvestasi di Nigeria dengan investasi terbesar pada barang konsumsi seperti mie instan. Mayoritas perusahaan berinvestasi di sektor barang konsumsi. Alasannya karena jumlah penduduk Nigeria besar, tapi industri pengolahannya masih belum terbangun dengan maksimal. Investasi di bidang barang konsumsi sangat prospektif karena dengan jumlah penduduknya yang besar, daya beli naik sehingga peluang investasi di industri pengolahan terbuka lebar. Industri pengolahan seperti bahan makanan sangat berguna untuk memenuhi kebutuhan pokok masyarakat.

Nigeria akan terus mengalami peningkatan permintaan produk makanan kemasan melebihi 100 juta konsumen dengan populasi yang terus berkembang (*Nigeria's food and beverage industry sustains robust growth*). Industri makanan Nigeria bisa mendapatkan keuntungan dari upaya kolaboratif dengan pemasok dari negara lain, yang dapat menyediakan mesin, peralatan, dan teknologi yang setara dengan keamanan pangan dan standar internasional



lainnya. Pertumbuhan penduduk yang tinggi merupakan peluang yang hadir di Nigeria untuk industri secara keseluruhan. Hal ini cocok dengan inovasi teknologi yang berkelanjutan dari perusahaan dan merupakan kegiatan pemasaran untuk meningkatkan nilai produk dari suatu perusahaan. Industri makanan kemasan saat ini merupakan salah satu segmen yang paling dinamis di industri makanan. Perbaikan dalam kualitas produk dan inovasi merupakan permintaan dari konsumen lokal.

Adanya peningkatan hubungan setelah Indonesia membangun pabrik mie instan di Afrika, salah satunya di Nigeria. Menurut Jokowi, ia dan Presiden Issoufou Mahamadou telah membahas upaya untuk meningkatkan kerja sama ekonomi di bidang infrastruktur, industri strategis, energi, teknik, dan sumber daya manusia (The President Post.com 2017). Ada 10 perusahaan Indonesia yang telah berinvestasi di Nigeria dan setidaknya 32 perusahaan lain yang telah menjalin hubungan bisnis dengan rekan-rekan Nigeria mereka. Sejauh ini, keterlibatan bisnis yang telah didirikan terkait dengan distribusi dan pemasaran produk-produk Indonesia, seperti kertas, farmasi, peralatan elektronik, peralatan rumah tangga, makanan dan minuman, dan lain-lain.

Dengan didirikannya kedutaan di suatu negara, ini berarti akan diadakan hubungan bilateral yang cukup intens dan akan berlangsung dalam jangka panjang dengan negara tersebut. Menlu menyatakan komitmen bahwa Indonesia dan negara-negara di Afrika untuk maju dan sejahtera bersama (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2019). Indonesia ingin menjadi negara yang saling menguntungkan satu sama lain yaitu dengan menjadi bagian dari pembangunan di Afrika. Pada masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono telah tercapai kesepakatan dalam pertemuan bilateral untuk meningkatkan kerja sama terutama dalam bidang perdagangan dan investasi yang meliputi energi, bidang pangan, dan bidang pertanian (Kementerian Perindustrian Republik Indonesia 2013). Kunjungan oleh mantan Presiden Olusegun Obasanjo pada 2001, 2005, dan 2006 ke Indonesia dan pada rezim pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono, kedua kepala negara bertemu di New York pada 2007 dan menghasilkan bahwa kedua negara sepakat dalam menguatkan hubungan ekonomi dengan meningkatkan perdagangan serta memudahkan investasi.

Nigeria adalah mitra dagang Indonesia yang terbesar kedua di Afrika setelah Afrika Selatan, di 2011 nilai dagang mencapai US\$2.09 milyar, berkontribusi untuk 21.66 persen dari total perdagangan Indonesia dengan Afrika (Exploring Africa, Mainstreaming Indonesia's Economic Diplomacy in Non-traditional Market 2012). Pada 2013, volume perdagangan bilateral mencapai \$2.2 milyar. Ada lebih dari 15 perusahaan Indonesia yang saat ini beroperasi di Nigeria seperti Indorama, Indofood, Kalbe Farma and Sayap Mas Utama. Indofood telah mendirikan pabrik mi instan di Nigeria sejak 1995, hingga Indomie menjadi merek terkenal dan memiliki pabrik pembuatan mi instan terbesar di Afrika. Kedua negara juga merencanakan sebuah pabrik gas metana dan pabrik pupuk senilai US\$2.5 billion di Nigeria melalui Pertamina Indonesia dan NNPC Nigeria berkolaborasi dengan Eurochem Indonesia dan Viva Methanol Nigeria.

### **Kesimpulan**

Kerja sama Indonesia dengan negara-negara Afrika menggunakan Indomie adalah upaya untuk mengurangi korporasi kecil masyarakat miskin dengan menyediakan makanan dan lapangan pekerjaan. Diplomasi Indomie Indonesia ke negara-negara Afrika untuk membangun kesejahteraan melalui kesetaraan dalam diplomasi antar negara. Kehadiran Indonesia menggunakan Indomie dalam diplomasi dan kerja sama ekonomi dengan kemitraan Afrika telah membangun jaringan transregional dalam upaya menciptakan ketahanan pangan di Afrika. Dengan demikian, peran kebijakan luar negeri Indonesia sesuai dengan amanat UUD 1945 dan Pancasila mengarah pada kemitraan antara kedua negara

yang saling menguntungkan dan ditujukan untuk mengatasi masalah sosial seperti kemiskinan, pengangguran dan kelaparan, terutama pasokan kebutuhan pokok yang dapat dicapai oleh orang-orang Afrika. Selain itu, diplomasi perdagangan dan ekonomi Indonesia-Afrika telah meningkatkan nilai perdagangan antara kedua negara dan atau antara kedua wilayah sebesar 11-16% sejak 2001-2017.

Dalam kerja sama Indonesia dengan negara–negara Afrika, terdapat peran para diplomat. Para diplomat yang dipelopori oleh Kementerian Luar Negeri harus bisa mencapai target yang telah ditetapkan atau target yang diharapkan. Peran para diplomat sebagai perwakilan Indonesia di luar negeri yaitu salah satunya sebagai pelaksana diplomasi ekonomi, tidak hanya sebagai *marketers* namun juga sebagai *opportunity seekers*. Salah satu cara agar para diplomat dapat mencapai target tersebut adalah dengan berupaya menjalin hubungan baik dengan negara – negara di Afrika dan terus memantau perkembangan kerja sama yang telah dibuat. Untuk menjalin hubungan baik, para diplomat juga harus turut berpartisipasi dalam kegiatan yang diadakan. Dalam peringatan International Nelson Mandela Day, Kementerian Luar Negeri Afrika Selatan mengundang seluruh perwakilan diplomatik yang berada di Poertoria untuk turut berpartisipasi dalam kegiatan bakti sosial tersebut. Indonesia sebagai perwakilan diplomatik turut berpartisipasi pada kegiatan tersebut dengan menyumbang puluhan kardus mie instan. Dalam partisipasi tersebut peran diplomat telah berjalan dalam mengenalkan citra Indonesia sehingga dapat memengaruhi kerja sama antara Indonesia dengan negara negara Afrika.

### Daftar Pustaka

- Anholt, S. 2013. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations. *The Journal of Public Diplomacy* 2.
- Barston, R. P. 2006. Modern Diplomacy. *Pearson Education*.
- Buscemi, F. 2014. Jamie Oliver And The Gastrodiplomacy Of Simulacra. *Winter PD Magazine*.
- Djafar, Z., Sari, G., & Muthmaina, R. 2012. *Afrika Barat, Afrika Tengah, dan Afrika Selatan*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Ekonomi Kompas.com. 2015. *Pabrik Indomie di Mesir Produksi 1,2 Juta Bungkus Per Hari*. Retrieved March 18, 2020, from Ekonomi Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2015/03/27/145531026/Pabrik.Indomie.di.Mesir.Produksi.1.2.Juta.Bu.ngkus.Per.Hari>
- FAO (Food and Agricultural Organization). (2015). *Regional Overview of Food Insecurity: African Food Security Prospects Brighter Than Ever*. Accra, Ghana: Food and Agricultural Organization (FAO).
- Farina, F. 2018. Japan's gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security. *Journal of Contemporary Eastern Asia*.
- Finance Detik.com. 2015. *Perusahaan Makanan RI Ini Getol Investasi di Afrika*. Retrieved March 17, 2020, from <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/2892648/perusahaan-makanan-ri-ini-getol-investasi-di-afrika>

- Galante, J., & Chen, S.-J. 2006. *Bubble Tea Diplomacy : The Nuclear Solution to Taiwan's International Recognition*. Washington DC.
- Hasan, A. 2016. *Diplomasi Indomie*. Retrieved March 17, 2020, from Tirto.id: <https://tirto.id/diplomasi-indomie-bG1e>.
- Hasan, A. M. 2016. October 22. *Diplomasi Indomie*. Retrieved March 19, 2020, from Tirto.id: <https://tirto.id/diplomasi-indomie-bG1e>.
- Hilderink, H., Brons, J., Ordoñez, J., Akinyoade, A., Leliveld, A., Lucas, P., et al. (2012). *Food Security in Sub-Saharan Africa: An Explorative Study*. Netherlands Environmental Assessment Agency (NEAA): Netherland.
- Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia. 2011. Retrieved from *Diplomasi Indonesia 2011*: Jakarta: Kementerian Luar Negeri RI (Kemenlu RI).
- \_\_\_\_\_. 2012. *Exploring Africa, Mainstreaming Indonesia's Economic Diplomacy in Non-traditional Market*. Ministry of Foreign Affair of the Republic of Indonesia.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Diplomasi Indonesia 2014*. Jakarta: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- \_\_\_\_\_. 2015. Retrieved March 11, 2020, from *Diplomasi Indonesia 2014*: Jakarta: Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia.
- Kemlu. (2019, August 8). *Mie Instan Asal Indonesia Memeriahkan International Nelson Mandela Day 2019 di Sejumlah Sekolah di Afrika Selatan*. Retrieved March 19, 2020, from Kedutaan Besar Republik Indonesia di Pretoria: <https://kemlu.go.id/pretoria/id/news/1517/mie-instan-asal-indonesia-memeriahkan-international-nelson-mandela-day-2019-di-sejumlah-sekolah-di-afrika-selatan>
- Kulasingam, R. 2015. *Can instant noodles boost African manufacturing and agriculture?* Retrieved March 18, 2020, from Financial Nigeria.com: <http://www.financialnigeria.com/caninstant-noodles-boost-african-manufacturing-and-agriculture-blog74.html>
- Lamont, C. 2015. *Research Methods in International Relation*. SAGE Publications.
- Leonard, M. 2002. *Public Diplomacy*. The Foreign Policy Centre.
- Marsudi, R. 2018. *2018 Annual Press Statement of the Minister for Foreign Affairs of the Republic of Indonesia in Jakarta*. Jakarta: Minister for Foreign Affairs of The Republic of Indonesia.
- Melissen, J. 2005. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations*. New York, USA: Palgrave Macmillan.
- Miller, L. 2006. *Agenda Politik Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Mills, G. B. 2001. *Dealing with African Conflict and Underdevelopment: Progress through Partnership?* Tokyo.

- Moons, S., Bergeijk, V., & Peter, A. 2009. Economic Diplomacy and Economic Security, New Frontiers for Economic Diplomacy. *Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas*.
- Nigeria's food and beverage industry sustains robust growth*. (n.d.). Retrieved March 19, 2020, from <http://www.industrysourcing.com/article/nigeria%E2%80%99s-food-and-beverage-industry-sustains-robust-growth>
- Nye, J. S. 2004. *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Ping, J. 2012. *And Africa Will Shine Forth: A Statesman's Memoir*. New York, USA: International Peace Institute.
- Press Release Abuja Embassy*. (n.d.). Retrieved March 11, 2020, from Bilateral Relations of Indonesia and Nigeria: <http://www.kemlu.go.id/abuja/Pages/PressRelease.aspx?IDP=4&l=id>.
- Pujayanti, A. 2017. *Gastrodiplomasi-Upaya Memperkuat Diplomasi Indonesia*. Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia .
- Rockower, P. S. 2012. *Recipes for gastrodiplomacy*. Macmillan Publishers.
- Rubiolo, M. 2014. *South East Asia in Africa: Between Trade and Politics*. Cordoba, Argentina: National University of Cordoba.
- Sa'diyah, H., & Aini, N. (2018, April 11). *Nilai Perdagangan Indonesia-Afrika Ditarget Naik 11 Persen*. Retrieved March 18, 2020, from [Republika.com: https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/04/11/p7048r382-nilai-perdaganganindonesiaafrika-ditarget-naik-11-persen](https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/korporasi/18/04/11/p7048r382-nilai-perdaganganindonesiaafrika-ditarget-naik-11-persen).
- Saner, R., Tsai, C., & Yiu, L. 2012. Food Security in Africa: Trade Theory, Modern Realities and Provocative Considerations for Policymakers. *Insight*.
- Sari, E. 2017. *Karena Indomie, Indonesia Barter CPO dengan Minyak Nigeria*. Retrieved March 17, 2020, from <https://today.line.me/ID/pc/article/964204cfe1ea13f6ac36bfa1e9ffc5422c3adeed1786578a80bbf801298379d7>
- Sholleh, F. M. 2015. Gastrodiplomacy as a Soft Power Tool to Enhance Nation Brand. *Journal of Media and Information Warfare*.
- Susilo, D. 2015. *Jawa Pos*. Retrieved March 11, 2020, from [Ketika RI Meninggalkan Afrika: http://www2.jawapos.com/baca/opinidetil/16237/ketika-rimeninggalkan-afrika](http://www2.jawapos.com/baca/opinidetil/16237/ketika-rimeninggalkan-afrika)
- Tarrosy, I. 2016. *Indonesia in Africa: Revitalizing Relations*. Africa Studies Center Universiteit Leiden.
- The President Post.com. (2017, October 26). *Two MoUs (Memorandum of Understandings) Signed, President Jokowi: The Intensity of Cooperation with Nigeria is Very Important*. Retrieved March 17, 2020, from [The President Post.com: \(http://www.thepresidentpost.com/2017/10/26/two-mous-signed-president-jokowi-intensity-cooperationnigeria-important/\)](http://www.thepresidentpost.com/2017/10/26/two-mous-signed-president-jokowi-intensity-cooperationnigeria-important/)
- Tieku, T. 2013. *Theoretical Approaches to Africa's International Relations*. Public Policy.

- Triyono, A. 2016. *Indonesia Tingkatkan Kinerja Diplomasi Ekonomi: Indonesia Memiliki Pengaruh dalam Proses Pembuatan Kebijakan Internasional*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik Kementerian Luar Negeri RI.
- Wuryandari, G. (Ed.). 2016. *Politik Luar Negeri Indonesia di Tengah Arus Perubahan Politik Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar & Pusat Penelitian Politik LIPI.
- Yulianto, W. 2016. *Kilas Balik Diplomasi Indonesia dan Capaian Politik Luar Negeri*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Diplomasi Publik Kementerian Luar Negeri RI.