

**UPAYA INDONESIA DALAM MENINGKATKAN EKSPOR PRODUK
INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN KE KOREA SELATAN TAHUN
2014-2019**

Oleh: Metrina Veni

Pembimbing: Dr. Umi Oktyari Retnaningsih, MA

(metrinaveni@gmail.com)

**Bibliografi: 8 jurnal, 11 Buku, 36 Internet, 5 Laporan, 3 Skripsi, 3 Dokumen
Penting**

Jurusan Hubungan Internasional – Ekonomi Politik Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Riau
Kampus Bina Widya km. 12,5 Simpang Baru – Pekanbaru 28293
Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The food and beverage industry is one of 5 sectors focused on development by the Indonesian government, because it has a big influence on the country's economic growth. So the food and beverage industry is included in "Making Indonesia 4.0". South Korea is one of Indonesia's export destinations because it is considered to have a great opportunity. The complementary nature of each country's resources and excellence makes the economic and political processes that occur generate great cooperation opportunities

This qualitative research uses the perspective of liberalism and is analyzed using the theory of cooperation with the level of state analysis. Data comes from books, journals, news, documents from several ministries, articles, and websites.

Based on the big influence of the food and beverage industry for Indonesia, as well as the large opportunities for export to South Korea, the Indonesian government made various efforts to maximize its exports, among others through improving cooperation with South Korea, improving product quality, and product introduction through various exhibitions and social media.

Keywords: *Efforts, Exports, Influences, Food and Beverages Product, Indonesia Government, South Korea*

PENDAHULUAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya Indonesia dalam meningkatkan ekspor produk industri makanan dan minuman ke Korea Selatan tahun 2014-2019.

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor manufaktur yang menjadi andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional Indonesia. Hal ini dilihat dari beberapa faktor di antaranya: peningkatan nilai investasi nasional, penyerapan tenaga kerja, serta capaian nilai ekspor industri makanan dan minuman memberi pengaruh terhadap PDB nasional. Oleh karena itu, pemerintah Indonesia menyiapkan industri makanan dan minuman sebagai salah satu dari lima sektor manufaktur yang diprioritaskan pengembangannya sesuai peta jalan making Indonesia 4.0 agar dapat bersaing di kancah global.

Selain itu, tingginya nilai ekspor industri makanan dan minuman memberikan pengaruh terhadap PDB Indonesia, nilai industri makanan dan minuman menunjukkan tren yang meningkat dari tahun 2014 sampai tahun 2018. Pada tahun 2014 nilai industri makanan dan minuman telah mencapai 117 triliun rupiah dan di

tahun 2018 sektor industri makanan dan minuman meningkat dan mencapai 165 triliun rupiah

Salah satu negara tujuan ekspor industri makanan dan minuman Indonesia adalah Korea Selatan. Korea Selatan merupakan salah satu top 10 investor Indonesia yang mempunyai industri potensial khususnya sektor manufaktur.

Berdasarkan observasi dan estimasi EPD (*Export Product Dynamic*), pasar industri makanan Indonesia memiliki peluang yang bagus di wilayah RCEP (*regional Comprehensive Economic Partnership*), di mana permintaan untuk produk industri makanan Indonesia meningkat tiap tahunnya sejak 2010 hingga 2016, yang mana salah satu negara dari wilayah RCEP (*Regional Comprehensive Economic Partnership*) adalah Korea Selatan.¹

Dalam Hubungan Internasional dikenal istilah asas *reciprocity*, yaitu adanya hubungan timbal balik dan saling menguntungkan antar negara yang melakukan kerja sama. Indonesia membutuhkan modal/investasi, teknologi, dan produk-produk teknologi. Sedangkan Korea Selatan membutuhkan sumber daya alam,

¹ Mia Ayu Wardani, Sri Mulatsih, Wiwiek Rindayanti, "Competitiveness and Factor Affecting Indonesian Food Industry's Export to Regional Comprehensive Economic Partnership", *Jurnal Etikonomi*, Vol. 17. No.2, (2018), hal. 193

tenaga kerja, serta pasar Indonesia yang besar, sehingga peluang ekspor produk industri makanan dan minuman ke Korea Selatan dinilai besar salah satu nya dikarenakan *cost* produksi di Korea Selatan lebih besar, sehingga Korea Selatan lebih memilih untuk melakukan impor atas pemenuhan kebutuhan industri makanan dan minuman dalam negerinya.

Menurut Kementrian Perdagangan Indonesia nilai ekspor makanan olahan ke Korea Selatan pada 2014 mencapai 8,1 miliar USD atau tumbuh 7,55% pertahun dan pada tahun 2016 sebesar 94,18 juta USD.² Pada semester I 2017 mengalami peningkatan sebesar 43,81 % atau menjadi 57,05 juta USD jika dibandingkan dengan periode sebelumnya. Menurut Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementrian perdagangan Indonesia, produk makanan dan minuman yang mengalami peningkatan diantaranya tembakau, molase, rumput laut, malt, dan wafer.³

² Tempo.co, "Potensi Tinggi RI Incar Pasar Makanan dan Minuman Korea Selatan, 2015 (diakses melalui: <https://bisnis.tempo.co/read/726476/potensi-tinggi-ri-incar-pasar-mamin-korea-selatan>, pada Agustus 2019)

³ Herry Barus, "Ekspor Industri Makanan dan Minuman ke Korea Selatan Naik 43,81 Persen", (diakses melalui: <https://www.industry.co.id/read/18771/eksp-or-industri-makanan-dan-minuman-ke-korea-selatan-naik-4381-persen>)

KERANGKA TEORI

a. Level Analisa Negara

Adapun tingkat analisa yang dipakai dalam penelitian ini adalah tingkat analisa negara. Asumsi nya adalah bahwa semua pembuat keputusan, di mana pun berada pada dasarnya berperilaku sama apabila menghadapi situasi yang sama.⁴ Dalam hal ini perilaku individu, kelompok, organisasi, lembaga dan proses perpolitikan mereka, hanya akan dipehatikan sejauh perilaku mereka itu berkaitan dengan tindakan internasional negara yang bersangkutan.

Tujuan utama Hubungan Internasional pada dasarnya mempelajari perilaku aktor internasional, yaitu perilaku negara maupun non negara di dalam interaksi internasional. Perilaku dapat berwujud kerja sama, perang, konflik, pembentukan aliansi dalam organisasi internasional dan sebagainya. Walaupun akhirnya aktor yang paling efektif adalah negara, sehingga perilaku internasional yang paling banyak mendapatkan perhatian para analis adalah perilaku negara.⁵

b. Teori Kerja Sama

Pemahaman akan mekanisme sistem perdagangan internasional telah dipaparkan sebagai aktifitas

⁴ Mohtar Mas'ood, *Ilmu Hubungan Internasional Disiplin dan Metodologi (Edisi Revisi)*, (Jakarta: PT. Pustaka LP3ES, 1990), hal. 46-47

⁵ Robert Jackson and George Sorensen, *Introduction to International Relations: Theori and Approaches*, (New York: Fift Ed. New York, 2013)

berproduksi negara secara efisien. Hal ini disebabkan karena dalam sistem tersebut, negara akan memproduksi satu atau beberapa barang saja dengan biaya produksi yang rendah untuk diekspor dan negara tersebut akan mengimpor barang-barang lain dengan harga yang lebih murah dari pada memproduksi sendiri. Dengan cara tersebut negara dapat memproduksi dengan cara efisien dan memperoleh keuntungan, sehingga kerja sama dibutuhkan untuk saling memenuhi kebutuhan setiap negara.

Menurut Kalevi Jaakko Holsti kerja sama internasional dapat didefinisikan sebagai berikut:⁶

1. Pandangan bahwa dua atau lebih kepentingan, nilai, atau tujuan saling bertemu dan dapat menghasilkan sesuatu, dipromosikan, atau dipenuhi oleh semua pihak sekaligus.
2. Pandangan atau harapan dari sebuah negara bahwa kebijakan yang diputuskan oleh negara lainnya akan membantu negara itu untuk mencapai kepentingan dan nilai-nilai lainnya.
3. Persetujuan atau masalah-masalah tertentu antara dua negara atau lebih dalam rangka memanfaatkan persamaan kepentingan atau benturan kepentingan.
4. Aturan resmi atau tidak resmi mengenai transaksi di masa depan yang dilakukan untuk melaksanakan persetujuan.

⁶ Zulkifli, Skripsi: "Kerjasama Internasional sebagai solusi pengelolaan kawasan perbatasan negara (Studi Kasus Indonesia)", (Jakarta: Universitas Indonesia, 2012)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekspor Produk Industri Makanan dan Minuman antara Indonesia dan Korea Selatan

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu penopang perindustrian Indonesia. Hal ini dilihat dari kontribusi nya yang terus konsisten dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dan berpengaruh pada industri non migas. Nilai dari industri makanan dan minuman menunjukkan tren yang meningkat dari tahun 2014 sampai tahun 2018. Pada tahun 2014, nilai dari industri makanan telah mencapai 117 triliun rupiah dan di tahun 2018, sektor industri makanan dan minuman telah meningkat dan mencapai 165 triliun rupiah.⁷

Selama 5 tahun terakhir (2015- trwulan I 2020) realisasi investasi di sektor manufaktur mencapai Rp.1.348,9 triliun. Sektor utama yang paling diminati dan menjanjikan adalah sektor industri makanan dan minuman yang investasinya mencapai Rp.293,2 triliun atau setara dengan US\$ 21,4 miliar dengan persentasi total investasi sebanyak 21,7%.⁸

⁷ Reza Bangun Mahardika, *Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Era Industri 4.0*, (Yogyakarta: Forbil Institute), halm. 3, (diakses melalui: https://forbil.org/manage/statics/publication/21/Forbil_EBook_Series_Okt-I_Industri_Makanan_dan_Minuman.pdf)

⁸ Siaran Pers BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal), *BKPM: Industri Makanan Paling Diminati di Sektor Manufaktur*, 2020 (diakses melalui: https://www.bkpm.go.id/images/uploads/file_siaran_pers/Siaran_Pers_BKPM_26052020_BKPM_Industri_Makanan_Paling_diminati)

Industri makanan dan minuman juga berkontribusi terhadap serapan tenaga kerja di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) terkait jenis lapangan pekerjaan utama pada 2017, sektor industri memberikan kontribusi sekitar 13,31% atau sebanyak 16,6 juta orang dari total tenaga kerja sebanyak 124,5 juta tenaga kerja. Industri makanan dan minuman merupakan industri dengan serapan tertinggi dibandingkan dengan industri lain yakni sebanyak 3,3 juta orang atau sebesar 21,34% dari jumlah tenaga kerja di bidang industri.⁹

Peluang untuk perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia sangat besar, hal ini dikarenakan Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah, pangsa pasar yang luas serta sumber daya manusia yang banyak sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan

Untuk Korea Selatan sendiri, 60-70% pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman nya bergantung pada impor. Angka ini meningkat pada beberapa tahun terakhir karena pertanian lokal dan produksi pangan gagal mengimbangi peningkatan permintaan konsumsi.¹⁰

di Sektor Manufaktur.pdf, pada 12 Desember 2020, pukul 9:18)

⁹ Antara News, *Sektor Industri Makanan dan Minuman Dominasi Serapan Tenaga Kerja di Bidang Industri*, 2017 (diakses melalui:

<https://www.antaranews.com/berita/662284/sektor-makanan-dan-minuman-dominasi-penyerapan-tenaga-kerja-industri>, pada 12 Desember 2020, pukul 06:35 WIB)

¹⁰ *Food and Drink Sector In South Korea*, diakses pada:

Oleh karena itu, produksi makanan hanya sebagian kecil dari ekonomi Korea jika dibandingkan dengan negara-negara lain, artinya masih ada ruang untuk pertumbuhan di masa depan.

Peluang Ekspor Produk Industri Makanan ke Korea Selatan

Indonesia menempati posisi ke 19 sebagai negara pengeskor makanan dan minuman ke Korea Selatan pada tahun 2019.¹¹ beberapa peluang untuk Indonesia dapat memaksimalkan ekspor Industri makanan dan minuman ke Korea Selatan, di antaranya:

1. Korea Selatan adalah negara ekonomi terbesar ke 12 di dunia dan negara anggota G-20 dengan populasi penduduk sekitar 50 juta jiwa. Pangsa pasar industri makanan dan minuman Korea Selatan diperkirakan mencapai 74 miliar euro dan terus meningkat dari tahun ke tahun.¹² Selain itu, pangsa pasar untuk industri makanan dan minuman Indonesia di Korea Selatan adalah penduduk Indonesia yang berada di sana, di mana jumlah

<https://s3.amazonaws.com/ProductionContentBucket/pdf/20120929005352956.pdf>, pada 2 Desember 2020

¹¹ Antara News, *UMKM Makanan Minuman Indonesia Siap Tingkatkan Ekspor ke Korea Selatan*, 2020 (diakses melalui: <https://www.antaranews.com/berita/1740765/umkm-makanan-minuman-indonesia-siap-tingkatkan-ekspor-ke-korea-selatan>, pada 13 Desember 2020, pukul 3:46)

¹² *Food and Drink Sector in South Korea*, (diakses melalui: <https://s3.amazonaws.com/ProductionContentBucket/pdf/20120929005352956.pdf> pada 2 Desember 2020)

penduduk Indonesia di Korea Selatan juga besar yaitu sekitar 42 ribu jiwa.¹³

2. Indonesia dan Korea Selatan memiliki kemiripan selera kuliner sehingga banyak produk-produk makanan olahan Indonesia yang dapat diekspor ke Korea Selatan.¹⁴
3. Kebutuhan Korea Selatan terhadap makanan dan minuman olahan cukup tinggi dikarenakan gaya hidup dan pola kerja orang Korea. Dalam memenuhi kebutuhan industri makanan dan minumannya tersebut, Korea Selatan masih bergantung pada impor.

Adapun produk Indonesia yang diekspor ke Korea Selatan ada banyak jenisnya dan juga terdapat beberapa perubahan peningkatan produk tiap tahunnya, seperti: molase, rumput laut, *malt*, dan wafer, bahan masakan, makanan siap santap, dll. Selain yang disebutkan pada tabel di atas, produk industri makanan Indonesia yang cukup berpeluang di pasar Korea Selatan adalah *snack* (makanan ringan) dengan kode HS 1905. nilai impor Korea Selatan untuk produk *snack*

(makanan ringan) Indonesia di Korea Selatan cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Pada akhir 2017 Indonesia berada pada urutan ke 7 negara penyuplai *snack* (makanan ringan) untuk Korea Selatan.

Tantangan Indonesia ekspor industri makanan ke Korea Selatan

Dalam kunjungan Kementrian Perdagangan Republik Indonesia ke importir produk industri makanan Indonesia yang ada di Korea Selatan pada November 2019, ada beberapa tantangan untuk produk Indonesia di Korea Selatan, di antaranya:

1. Mutu dan kualitas produk yang perlu memenuhi standar keamanan produk pangan olahan, standar halal, dan standar ISO Korea Selatan
2. Perbedaan logo sertifikasi halal dari berbagai daerah Indonesia ternyata juga dapat menjadi kendala proses masuknya makanan dan minuman Indonesia ke Korea Selatan.
3. Produsen Indonesia yang tidak siap memasok produk makanan dan minumannya, sehingga pada saat ada permintaan dari importir, stok tidak tersedia.

Upaya Indonesia Dalam Meningkatkan Ekspor Industri Makanan dan Minuman ke Korea Selatan Tahun 2014-2019

Adapun beberapa upaya yang dilakukan Indonesia untuk meningkatkan ekspor produk industri makanan dan minumannya ke Korea Selatan di antaranya:

¹³[¹⁴ Soraya Novika, *Kadin: Selera kuliner sama, Indonesia bisa genjot ekspor mamin ke Korsel*, 2019, \(diakses melalui: <https://www.alinea.id/bisnis/indonesia-bisa-genjot-ekspor-mamin-ke-korsel-b1Xbm9hFg>, pada 12 Oktober 2020\)](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/28/42-ribu-orang-wni-di-korea-selatan#:~:text=Jumlah%20WNI%20di%20Korea%20Selatan%20(per%20Februari%202019)&text=Sebanyak%2042%20ribu%20orang%20Indonesia,mencapai%20hampir%2034%20ribu%20orang., diakses pada 8 Desember 2020)</p></div><div data-bbox=)

1. Peningkatan Kerja Sama Indonesia dan Korea Selatan Dalam Bidang Industri

Peningkatan hubungan kerjasama antara kedua terkait industri dituangkan dalam beberapa perjanjian yaitu:

- a. Memorandum Saling Pengertian (MoU) antara Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dan Kementerian Perdagangan, Industri dan Energi Republik Korea Mengenai Kerja Sama Industri Tahun 2017
- b. Memorandum Of Understanding (Mou) Antara Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dan Dewan Riset Nasional Untuk Ekonomi, Kemanusiaan dan Ilmu Sosial Republik Korea Tentang Aktivasi Kerja Sama Industri 4.0 (Tahun 2018)
- c. Reaktivasi Perjanjian Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA) Pada 2019

2. Peningkatan Kualitas produk industri makanan dan minuman Indonesia

a. Pemaksimalan Di Sektor Hulu

Salah satu upaya yang dilakukan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia adalah rutin melakukan seminar mengenai pentingnya menjaga kualitas dan kemasan produk serta meningkatkan kualitas juga perlu dilakukan untuk mendapatkan kepercayaan dari negara lain, khususnya Korea Selatan yang sangat ketat dalam

pengawasan produk makanan dan minumannya.

b. Seminar Klinik Produk Ekspor pada produk dan kemasan makanan dan minuman olahan

Seminar Klinik Produk Ekspor merupakan implementasi kerja sama Kementerian Perdagangan Indonesia dengan ASEAN-Korea Center (AKC). Seminar ini dilaksanakan pada 4 April 2017 di Hotel JW Marriot. Seminar dimaksudkan untuk memberikan wawasan dan pengetahuan kepada para pelaku usaha Indonesia dalam meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan selera pasar. Dalam seminar, juga diberikan panduan menentukan strategi pemasaran yang efektif termasuk prosedur ekspor, khususnya ke Korea Selatan¹⁵

3. Peningkatan Promosi Produk Makanan Indonesia Melalui Berbagai Pameran

Ikut serta dari berbagai pameran yang diadakan merupakan salah satu cara untuk mempromosikan berbagai makanan dan minuman Indonesia di luar negeri, berikut beberapa pameran yang diikuti Indonesia untuk memperkenalkan produknya di Korea Selatan:

1. Pameran LOHAS

¹⁵ Yudho Winarto, *Kemdag maksimalkan ekspor mamin ke Korsel*, (diakses melalui: <https://industri.kontan.co.id/news/kemdag-maksimalkan-ekspor-mamin-ke-korsel>, pada 5 Januari 2021)

2. Pameran Seoul Food and Hotel
3. Seoul Food and cafe show
4. ASEAN Trade Fair
5. Jinju Food and Agriculture expo
6. ASEAN Fair 2015
7. Trade Expo Indonesia (TEI)

4. Peningkatan Promosi Produk Melalui Media Sosial

Media sosial dapat menjadi alat promosi sesuatu. Pengenalan produk makanan dan minuman Indonesia di Korea Selatan pun dapat dipublikasikan melalui media sosial. Penyebaran ini pun dilakukan oleh berbagai pihak, baik warga negara Indonesia yang tinggal di Korea Selatan maupun orang Korea Selatan itu sendiri yang memiliki ketertarikan terhadap Indonesia, selain itu pemerintah juga turut andil dalam publikasi media sosial nya, seperti:

Media Sosial ITPC (Indonesia Trade Promotion Centre) Busan

ITPC (*Indonesia Trade Promotion Centre*) Busan adalah lembaga perwakilan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia merupakan lembaga non profit di bawah pembinaan Direktorat Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional (DJPEN).

Tujuan pembentukan ITPC Busan untuk membantu menjembatani hubungan dagang antara Indonesia dan Korea Selatan. Bentuk bantuan yang diberikan ITPC Busan dalam menjembatani hubungan dagang tersebut direalisasikan dalam format layanan

jasa berupa pemberian informasi mengenai peluang bisnis di Korea Selatan kepada para eksportir Indonesia dan sebaliknya pemberian informasi mengenai potensi produk ekspor Indonesia kepada importir di Korea Selatan.

Bentuk dukungan lainnya adalah menyediakan media promosi produk ekspor Indonesia antara lain dengan memfasilitasi pengusaha Indonesia untuk berpartisipasi dalam kegiatan promosi dagang (pameran) berskala internasional yang diselenggarakan di Korea Selatan, menyediakan *permanent display room* bagi produk ekspor Indonesia di kantor ITPC Busan, menyediakan situs ITPC Busan yang dapat dimanfaatkan oleh para pengusaha Indonesia dan Korea Selatan sebagai sumber informasi dan juga memfasilitasi berbagai kegiatan *trade mission*, *buying mission*, *business matching*, dan lainnya.

Tugas dan fungsi ITPC yang dituangkan dalam peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 10/M-DAG/PER/3/2010 melakukan pelaksanaan teknis kegiatan promosi perdagangan di luar negeri dalam rangka peningkatan ekspor komoditi barang non migas.

ITPC berfungsi melakukan promosi produk ekspor Indonesia di luar negeri, Memberikan informasi mengenai produk Indonesia, Melakukan usaha-usaha terjadinya kerjasama antara pengusaha Indonesia dengan pengusaha di wilayah kerjanya, membantu pengusaha Indonesia dalam memasarkan barang-barangnya di wilayah kerjanya, melakukan usaha-usaha peningkatan kegiatan promosi

dan melakukan usaha kegiatan penerobosan pasar.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya ITPC Busan melakukan penetrasi pasar, pelayanan informasi dan promosi ekspor serta pelayanan kepada dunia usaha melalui:

1. Melakukan promosi produk Indonesia dengan berperan aktif di dalam pameran bertaraf internasional dan memfasilitasi pengusaha Indonesia untuk bisa berpartisipasi di dalam pameran tersebut
2. Membuat jejaring dengan organisasi terkait dengan perdagangan
3. Membantu importir mencari produk dan eksportir Indonesia
4. Membantu eksportir yang akan mengembangkan pasar di Korea Selatan
5. Melakukan market intelligence terhadap kebijakan perdagangan di Korea Selatan dan potensi-potensi produk yang akan masuk ke dalam pasar Korea Selatan
6. Membantu melakukan fasilitasi pertemuan bisnis antara importir dan eksportir
7. Menyediakan market brief, data statistik dan data eksportir dan importir.

Peningkatan Promosi Produk Melalui Diaspora Indonesia di Korea Selatan

Diaspora Indonesia di Korea Selatan sekitar 42.000 jiwa, mulai dari pelajar, pekerja, dan lainnya. Adanya orang Indonesia yang bermukim di Korea Selatan juga dapat memperkenalkan produk

makanan Indonesia di Korea Selatan.

Salah satu contohnya seorang perempuan Indonesia yang menikah dengan pria Korea Selatan dalam sebuah keluarga multikultural Indonesia dan Korea Selatan mengajak keluarga serta mertua nya untuk mencoba berbagai snack Indonesia. Selain itu ia juga mengajak kelaarganya untuk bersama-sama memasak makanan Indonesia. Hal ini mereka publikasikan melalui channel youtube mereka yaitu kimbab family.¹⁶

Channel ini dibuat oleh keluarga multikultural Indonesia dan Korea Selatan tentang berbagai hal keseharian mereka, termasuk video tentang pengenalan Indonesia kepada keluarga-keluarga Korea mereka, salah satunya tentang makanan dan *snack* Indonesia. Channel ini memiliki 1,45 juta *subscribes* dan video tentang pengenalan dan secara tidak langsung menjadi promosi *snack* Indonesia di Korea Selatan ditonton lebih dari 1,9 juta kali.

Selain itu dalam video mereka yang berjudul “Mertua Korea Coba Snack Indonesia” Salah seorang anggota keluarga yang merupakan orang Korea mengungkapkan komentar tentang snack Indonesia yang dicobanya yaitu produk Gerry Salut Coklat dan Kacang Dua Keinci dengan perasaan senang dan terkejut. Ia menyatakan bahwa ternyata makanan Indonesia enak dan cocok di lidah orang Korea

¹⁶ <https://youtu.be/Mc6jgkAg74A>, (diakses pada 11 Februari, 2021)

serta harga nya lebih murah dibandingkan snack sejenis yang dijual oleh produk Korea Selatan.

KESIMPULAN

Dalam Hubungan Internasional dikenal istilah asas resiprositas atau hubungan timbal balik. Hubungan kerjasama antara Indonesia dan Korea Selatan merupakan hubungan yang saling melengkapi, di mana Korea Selatan merupakan salah satu mitra penting Indonesia yang memiliki perekonomian berbasis industri yang dapat dijadikan partner dalam investasi asing demi pengembangan sektor industri Indonesia. Korea Selatan dapat menjadi sumber modal, pengenalan teknologi produksi, dan juga memberikan tenaga ahli. Sedangkan Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dapat melengkapi pasokan kebutuhan alam Korea Selatan dan memiliki jumlah penduduk yang banyak dapat menjadi pasar bagi barang barang industri dari Korea Selatan.

Produk industri makanan dan minuman merupakan salah satu komoditas ekspor Indonesia ke Korea Selatan. Industri makanan dan minuman merupakan salah satu penopang perindustrian Indonesia. Hal ini dilihat dari kontribusi industri makanan dan minuman yang terus konsisten dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), pengaruh pada industri non migas, capaian nilai investasi serta berkontribusi terhadap serapan tenaga kerja.

Peluang perkembangan industri makanan dan minuman di

Indonesia sangat besar, hal ini dikarenakan Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah, pangsa pasar yang luas serta sumber daya manusia yang banyak sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan. Selain itu, peluang ekspor Indonesia ke Korea Selatan dalam bidang industri makanan dan minuman juga besar, hal ini dapat dilihat dari pangsa pasar penduduk Korea Selatan yang hampir mencapai 50 juta jiwa dan penduduk Indonesia yang ada di Korea Selatan sekitar 42 ribu jiwa. Dalam pemenuhan kebutuhan produk industri makanan nya Korea Selatan masih bergantung pada impor. Selain itu, gaya hidup dan pola kerja orang Korea juga membuat kebutuhan Korea Selatan terhadap makanan dan minuman olahan cukup tinggi ditambah lagi ada kemiripan selera kuliner antara Korea Selatan dan Indonesia, membuat peluang Indonesia untuk ekspor makanan olahan ke Korea Selatan semakin besar.

Meskipun begitu, ada beberapa tantangan yang dapat jadi bahan pertimbangan serta evaluasi untuk Indonesia meningkatkan ekspor produk industri makanan nya, di antaranya: mutu dan kualitas produk yang perlu memenuhi standar keamanan produk pangan olahan, standar halal, dan standar ISO Korea Selatan, perbedaan logo sertifikasi halal dari berbagai daerah Indonesia, kurangnya kesiapan produsen Indonesia dalam memasok produk makanan dan minumannya, serta peningkatan promosi makanan Indonesia di Korea Selatan.

Melihat besarnya peluang tersebut, maka Indonesia melakukan

berbagai upaya untuk dapat memaksimalkan ekspor produk industri makanan dan minuman ke Korea Selatan, di antaranya: meningkatkan kerjasama ekonomi antara kedua negara, meningkatkan produk makanan dari sektor hulu, serta melakukan berbagai upaya promosi makanan Indonesia melalui berbagai pameran dan juga media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Jackson, Robert dan Georg Sorensen. 2005. *Pengantar Studi Hubungan Internasional*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Mahardika, Reza Bangun. t.t. *Mengenal Industri Makanan dan Minuman di Era Industri 4.0*. Yogyakarta: Forbil Institute. (diakses melalui: https://forbil.org/manage/statics/publication/21/Forbil_EBook_Series_Okt-I_Industri_Makanan_dan_Minuman.pdf)

Mas'oed, Mohtar. 1990. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*. Jakarta: LP3ES.

Jurnal

Mia Ayu Wardani, Sri Mulatsih, Wiwiek Rindayanti. 2018. "Competitiveness and Factor Affecting Indonesian Food Industry's Export to Regional Comprehensive Economic Partnership". *Jurnal Etikonomi*. Vol. 17. No.2

Internet

Antara News. 2020. "UMKM Makanan Minuman Indonesia Siap Tingkatkan Ekspor ke Korea Selatan". <https://www.antaranews.com/berita/1740765/umkm-makanan-minuman-indonesia-siap-tingkatkan-ekspor-ke-korea-selatan>. (13/12/2020)

Antara News. 2017. "Sektor Industri Makanan dan Minuman Dominasi Serapan Tenaga Kerja di Bidang Industri". <https://www.antaranews.com/berita/662284/sektor-makanan-dan-minuman-dominasi-penyerapan-tenaga-kerja-industri>. (12/12/2020)

Barus, Herry. 2017. "Ekspor Industri Makanan dan Minuman ke Korea Selatan Naik 43,81 Persen". <https://www.industry.co.id/read/18771/ekspor-industri-makanan-dan-minuman-ke-korea-selatan-naik-4381-persen>. (20/11/2020)

Databoks. 2020. "42 Ribu Orang WNI di Korea Selatan". [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/28/42-ribu-orang-wni-di-korea-selatan#:~:text=Jumlah%20WNI%20di%20Korea%20Selatan%20\(per%20Februari%202019\)&text=Sebanyak%2042%20ribu%20orang%20Indonesia,menapai%20hampir%2034%20ribu%20orang](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/28/42-ribu-orang-wni-di-korea-selatan#:~:text=Jumlah%20WNI%20di%20Korea%20Selatan%20(per%20Februari%202019)&text=Sebanyak%2042%20ribu%20orang%20Indonesia,menapai%20hampir%2034%20ribu%20orang). (8/12/2020)

"Food and Drink Sector in South Korea".

<https://s3.amazonaws.com/ProductionContentBucket/pdf/20120929005352956.pdf>.
(2/12/2020)

Novika, Soraya. 2019. “Kadin: Selera kuliner sama, Indonesia bisa genjot ekspor mamin ke Korsel”.
<https://www.alinea.id/bisnis/in-donesia-bisa-genjot-ekspor-mamin-ke-korsel-b1Xbm9hFg>.
(14/10/2020)

Siaran Pers BKPM (Badan Koordinasi Penanaman Modal). 2020. “BKPM: Industri Makanan Paling Diminati di Sektor Manufaktur”.
https://www.bkpm.go.id/images/uploads/file_siaran_pers/Siaran_Pers_BKPM_26052020_BKPM_Industri_Makanan_Paling_diminati_di_Sektor_Manufaktur.pdf. (12/12/2020)

Tempo.co, “Potensi Tinggi RI Incar Pasar Makanan dan Minuman Korea Selatan, 2015 (diakses melalui:
<https://bisnis.tempo.co/read/726476/potensi-tinggi-ri-incar-pasar-mamin-korea-selatan>,
pada Agustus 2019)

Winarto, Yudho. 2017. “Kemdag maksimalkan ekspor mamin ke Korsel”.
<https://industri.kontan.co.id/news/kemdag-maksimalkan-ekspor-mamin-ke-korsel>,
(5/012021)
<https://yuotu.be/Mc6jgkAg74A>,
(diakses pada 11 Februari, 2021)

MoU between the Coordinating Ministry for Economic Affairs of the Republic of Indonesia and the Ministry of Trade, Industry and Energy of the Republic of Korea on Economic Cooperation

MoU antara Kementrian Perindustrian Republik Indonesia dan Dewan Riset Nasional Untuk Ekonomi, Kemanusiaan dan Ilmu Sosial Republik Korea Tentang Kerjasama Terkait Industri 4.0

Joint Declaration by the Republic of Indonesia and the Republic of Korea on the Conclusion of the Negotiations for the Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement

Dokumen Penting: