

**THE REASON PEPSICO DOES NOT EXTEND THE COOPERATION
CONTRACT WITH PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR
(INDF) FOR 2019-2021**

Oleh : Lamanda

Lamandaputri61@gmail.com

Advisor : Dr.Yessi Olivia S.IP M.IntRel

**Bibliography : Book 10, Journal Article 4, Thesis 4, Media 63,
Report 19, Website Internet 42.**

Department of International Relations
Faculty of Social and Political Science,
Riau University

Bina Widya Campus Jl. H.R. Subrantas Km. 12.5 Simpang Baru – Panam,
Pekanbaru, Riau. Tel (0761) 63277

ABSTRACT

PepsiCo Inc. Company is a multinational company originating from California, America that produces food and Beverage which is quite famous for its flagship product, Pepsi soda. whereas the company PT Indofood Sukses Makmur (INDF) is a local Indonesian company founded by the Salim Group and has become a trusted company in Indonesia, PT INDF is a company that is also manage products of food and beverage. The two companies cooperate in the form of a Joint Venture to produce PepsiCo brand products by establishing a factory in Purwakarta, Indonesia.

This study discusses the beginning of the establishment, cooperation of company, and termination of cooperation between PepsiCo and PT INDF by using the joint venture theory and the theory of multinational companies based on the advantages and disadvantages of the parties to the joint venture, to prove the analysis the researcher uses descriptive methods.

The results in this study prove that PepsiCo's inability to compete in the food and beverage industry in Indonesia and suffer losses, especially competition with PT. Coca Cola Company as a similar company has a major impact on the termination of the joint venture. With this, PepsiCo no longer extends the Exclusive Bottling Agreement (EBA) with the expiration of this cooperation contract PepsiCo no longer produces its products in Indonesia, not only in beverage products but also stops producing snacks which are under the license of PT Indofood Fritolay Makmur (IFL).

Keywords: multinational company, joint venture, food and beverage.

PENDAHULUAN

Di zaman milenial ini setiap negara berlomba-lomba untuk berusaha mendirikan anak perusahaannya di berbagai negara di dunia untuk menjalin kerjasama internasional yang mana sebuah perusahaan multinasional (MNC) menjalin kerjasama dengan perusahaan lokal (host country) seperti yang di lakukan oleh perusahaan PepsiCo yang berasal dari negara Amerika Serikat dan PT Indofood Sukses Makmur (INDF) yang berasal dari Indonesia.

Menurut Mochtar Mas'ood,¹ organisasi yang berkegiatan produktif dalam ekonomi dan bergerak di dua kawasan negara atau lebih disebut sebagai MNC yang mana bersistem dengan markas di negara pusat lalu berekspansi ke negara lain.

Menurut Fred R David,² banyak perubahan terjadi setelah kehadiran MNC yang mendorong perekonomian global baik di negara maju maupun di negara berkembang, seperti contohnya partisipasi yang dilakukan MNC memberi dampak baik bagi pendapatan negara, berpengaruh dalam politik global dan memiliki relasi terhadap masyarakat sehingga perusahaan MNC mampu melobi politik yang ada didalam negara tersebut baik dalam peraturan dan perizinan melihat besarnya manfaat yang tercipta dengan didirikannya perusahaan MNC di sebuah negara.

Kerjasama yang dilakukan PepsiCo dan INDF merupakan bentuk kerjasama joint venture atau yang disebut sebagai usaha patungan, perusahaan ini bekerjasama

dalam bidang food and beverage.

PT INDF dimiliki oleh Salim Grup yang memproduksi olahan makanan ringan, minuman, tepung, mie instan, produk bayi, dan juga bergerak dalam industri perkebunan sawit. Namun dalam kerjasama ini PepsiCo juga menjalin joint venture dengan PT Indofood Fritolay Makmur (IFL) sejak tahun 1990. Sedangkan perusahaan yang mengatur tentang produksi barang konsumen diatur oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP) dalam pengelolaan manajemen, pengembangan, serta pemasaran.

IFL dan PepsiCo memiliki produk merek dagang Doritos, Cheetos, Qtela, Lay's, Chitato, Chiki, dan Jets³. Kerjasama dalam bidang beverage PepsiCo menggandeng PT Asahi Indofood Beverage Makmur (AIBM) sejak tahun 1996 dan telah mendirikan pabriknya di Purwakarta, Indonesia. Untuk memproduksi minuman Pepsi, 7-Up, AW, Pepsi Twist, Pepsi Cola, Miranda Stoberi, Canda Dry, dan Tekita.

Dalam menjalin *joint venture* perusahaan INDF dan PepsiCo membagi proses pengelolaan produk makanan dan minuman dalam dua perusahaan berbeda, untuk pengelolaan, pengemasan, pendistribusian, produk makanan perusahaan PepsiCo memberikan lisensi kepada PT INDF.

Pepsi sebagai produk minuman ringan hadir di Indonesia dari Kemitraan antara PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dan Asahi Group. PPSP-Cola Indobe (PCIB), produsen tunggal, distributor dan

¹ Mochtar Mas'ood "Politik Birokrasi Dan Pembangunan", (Yogyakarta Terbitan: Pustaka Pelajar, Tahun 1997) hal 4-5.

² Fred R David.. Manajemen Strategis : Konsep Buku 1. oleh Fred R . David Terbitan: Salemba Empat, 2011. " Fred R. David .hlm. 11

³ Ika Ramadhani Pipit judul artikel : Kilas Balik Perjalanan Cheetos Cs Setelah 30 Tahun Jadi Camilan Nongkrong di RI tanggal 06 Agustus 2021. Diterbitkan oleh : Liputan6.com Jakarta. <https://www.liputan6.com/saham/read/4625352/kilas-balik-perjalanan-cheetos-cs-setelah-30-tahun-jadi-camilan-nongkrong-di-ri>

pemasar produk Pepsi Cola di Indonesia, mengakuisisi seluruh sahamnya.

AIBM dan IASB telah menandatangani perjanjian penjualan dan akuisisi dengan pemegang saham PCBR, Pili Gapura Usahatama, Grup Bisnis Salim Group dan PepsiCo Insops Branch 7 dari Opederland BV. Pemilik merek dagang Pepsi yang berbasis di Amerika Serikat.⁴

Namun kerjasama antara PepsiCo dan INDF tak berjalan dengan baik karena ada ketidakseimbangan bisnis seperti adanya penyimpangan yang dilakukan oleh INDF dalam pengelolaan produk PepsiCo sehingga menyebabkan banyaknya laporan dan penilaian buruk oleh organisasi LSM seperti RainForrest Action Network (RAN).

RAN memunculkan sebuah pengakuan dalam bentuk laporan yang menjabarkan beberapa penyimpangan-penyimpangan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap buruh perkerja di sebuah perkebunan Indoagri yang masih berada didalam naungan Indofood di Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.⁵

Dalam persaingan, perusahaan transnasional harus memiliki metode yang sangat berbeda untuk bersaing di setiap negara. Ada banyak jenis metode yang perlu ditegakkan. Strategi pemfokusan ini digunakan untuk membentuk keunggulan kompetitif selama bagian pasar yang lebih kecil.

⁴ investasi.kontan. Prospek ICBP makin segar pasca mengakuisisi Pepsi Selasa, 09 Juli 2013 / 06:13 WIB <https://investasi.kontan.co.id/news/prospek-icbp-makin-segar-pasca-mengakuisisi-pepsi>. (diakses 22 Maret 2022)

⁵ THE HUMAN COST OF CONFLICT PALM OIL REVISITED “ How PepsiCo, Banks, and the Roundtable on Sustainable Palm Oil Perpetuate Indofood’s Worker” Publication
Date: November 27, 2017

Kerangka Teori

a. Perspektif Liberalisme

Dalam pembahasan mengenai pemutusan kerja sama antara PepsiCo dengan AIBM menggunakan perspektif liberalisme dikarenakan sebuah perusahaan multinasional seperti PepsiCo salah satu perspektif yang cukup populer dan sering digunakan dalam studi ilmu HI adalah konsep liberalisme, dimana di dalam perspektif ini, kata aktor diklasifikasikan menjadi dua Negara (State) dan nonnegara (Non State). Aktor state adalah aktor negara, sebuah negara merupakan perkumpulan setiap warga negara dan bangsa yang berlandaskan sebuah keinginan atau tujuan untuk bisa bersama hidup dalam satu wilayah bersama.

Peran yang diambil sebuah negara memiliki hak dan kekuasaan dalam sebuah struktur internasional.⁶

b. Teori Joint Venture antar MNC

Perusahaan patungan atau biasa disebut *joint venture* adalah perusahaan yang didirikan oleh dua atau lebih perusahaan dengan tujuan untuk menyatukan sumber daya dan melakukan bisnis dalam jangka waktu tertentu.

Para pihak yang terlibat membentuk unit bisnis baru dan masing-masing berkontribusi untuk memaksimalkan rencana bisnis yang telah disusun. Namun, perjanjian perusahaan ini tidak selamanya dan tergantung pada kesepakatan antara semua pihak yang terlibat. Keuntungan melakukan Joint venture adalah modal bersama dan memiliki pengaturan yang

⁶ Devi Anggraini, 2012, “Aktor Hubungan Internasional”, Universitas Airlangga, diakses: http://devi-anggraini-fisip12.web.unair.ac.id/artikel_detail-60515-PENGANTAR%20ILMU%20HUBUNGAN%20INTERNASIONAL-AKTOR%20HUBUNGAN%20INTERNASIONAL.html 01 Oktober 2021 (diakses pada 23 maret 2022)

fleksibel serta semua resiko ditanggung bersama.

Kerugian *Joint venture* adalah tidak adanya tujuan yang jelas serta dapat terjadi ketidak setaraan tanggung jawab dan perbenturan budaya. *Joint venture* yang dilakukan oleh perusahaan asing terhadap perusahaan lokal akan membentuk gabungan perusahaan demi keuntungan kedua belah pihak.

Joint venture dapat berakhir bila jalannya kerja sama tidak efektif dan mengalami kerugian bagi MNC maupun perusahaan lokal di (*host country*) yang melakukan *joint venture*.

Perusahaan multinasional adalah perusahaan besar yang memiliki daya berupa modal yang relatif besar, namun perusahaan multinasional biasanya menjalin kerja sama dengan banyak negara di dunia dan mereka harus memiliki strategi agar bisa menjalankan perusahaannya yang berada di berbagai negara dengan baik dan memanfaatkan modal sebaik mungkin. Maka dari itu *joint venture* adalah salah satu strategi sebuah perusahaan multinasional untuk bisa memproduksi produknya di sebuah negara dengan modal seminim mungkin dengan memanfaatkan *joint venture* MNC tidak harus membuat pabrik produksinya sendiri, tetapi bisa bekerja sama dengan perusahaan lokal yang telah memiliki pabrik untuk memproduksi produknya.

c. Tujuan Penelitian

1. Mencari alasan mengapa PepsiCo memutuskan untuk tidak memperpanjang kontrak dengan Indofood.
2. Memahami proses pemutusan kerja sama antara PepsiCo dan PT AIBM.

d. Tingkat Analisis

Tingkat analisis kelompok, tingkat analisa ini berasumsi bahwa individu pada

umumnya melakukan tindakan internasional dalam kelompok. Hubungan internasional sebenarnya adalah hubungan antar berbagai kelompok kecil diberbagai negara. Artinya, peristiwa internasional sebenarnya ditentukan bukan oleh individu saja dan menurut Mochtar Mas'ood,⁷

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono⁸, pengertian cara-cara analisis dapat bersifat ilmiah berkat mendapatkan ilmu yang bertujuan untuk memiliki kemampuan menjelaskan, membuktikan, mengembangkan, dan menemukan data, teori, memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah-masalah dalam kehidupan manusia.

Analisis Dokumen

Analisis dokumen adalah *a systematic procedure for reviewing or evaluating documents—both printed and electronic (computer-based and Internet-transmitted) materia*,⁹ Adalah perilaku dan alat yang digunakan untuk melakukan analisis library, pencatatan pengetahuan, dan pengolahan. library research studi pustaka dapat berupa rangkaian kegiatan mengenai taktik merakit konten kurikulum berbentuk dokumen dan cetak, Menurut Sugiyono, (2012, hlm.249). dokumen adalah sebuah catatan masa lampau yang berisikan data berupa peristiwa, karya monumental, tulisan dari seseorang. Sedangkan analisis dokumen adalah upaya seseorang untuk mendapatkan informasi dari media dokumen berupa gambar,informasi,tulisan atau karya monumental seseorang.

⁷ Mohtar Mos'ood, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi, (Jakarta: LP3ES, 1990,) 39,

⁸ Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta

⁹ Bowen, G. A. Document Analysis as a Qualitative Research Method. Qualitative, 2009, hlm.27

ini adalah analisis pencarian untuk memperoleh sebuah data yang menggunakan sumber perpustakaan untuk mendapatkan pengetahuan penelitian.

Metode Analisis Deskriptif

Pengertian metodologi analisis deskriptif dapat berupa prosedur analisis atau temuan kekurangan yang diteliti dengan gambaran secara garis besar topik atau objek yang digunakan dalam bentuk individu, instansi, masyarakat dan lain-lain¹⁰.

Hasil dan Pembahasan

Profil PepsiCo Inc.

PepsiCo Inc. adalah sebuah perusahaan multinasional yang memproduksi dan melakukan distribusi produk minuman dan makanan dan sudah terkenal di manca negara. Dengan produknya yang bermerek seperti minuman berkarbonasi Pepsi Cola, Quaker Oats, Lay's, Tropicana, Gatorade dan beragam lainnya. Pertama kali perusahaan ini didirikan dengan menggabungkan kedua perusahaan yaitu perusahaan Pepsi Cola dan perusahaan Frito Company dan H.W.Lay Company atau Fritolay yang didirikan sejak tahun 1961.¹¹

Sejarah Berdirinya PepsiCo Inc.

PepsiCo atau Pepsi Cola Company adalah sebuah perusahaan yang berasal dari amerika serikat yang berkantor pusat di Purchase New York, minuman pepsi adalah sebuah minuman berkarbonasi yang diciptakan oleh seorang apoteker yang bernama Caleb D Bradham yang lahir pada 27 Mei 1867 lalu pada tahun 1893 di North California bahkan Bradham

mencetak sejarah dalam sejarah makanan di California dengan bereksperimen mencampur minuman soda yang bisa di nikmati oleh banyak kalangan masyarakat di dunia dan Bradham di anugerahi dengan sebutan North California Boy.¹²

Ihktisar Keuangan dan Kinerja Keuangan PepsiCo Inc.

Dalam juta dollar .

Sales/Revenue : pada **31-Mar-2022** : 16,202. **31-Dec-2021** : 25,248 . **31-Aug-2021** : 20,187 . **30-Jun-2021** : 19,214 **31-Mar-2021** : 14,821

Sales Growth : pada **31-Mar-2022** : - 35.83%. **31-Dec-2021** :25.07% **31-Aug-2021** : 5.06% **30-Juni 2021** : 29.64% **31-Mar-2021** : -.¹³

Dari hasil sumber data ikhtisar keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa pada periode Twiwulan 31 Maret 2021 hingga 31 Maret 2022 total penjualan mengalami peningkatan dan penurunan dalam jumlah penghasilan perusahaan yang tidak stabil.

Kompetitor dan Target Pasar PepsiCo

Kompetitor utama PepsiCo adalah PT Coca Cola Company. PT Coca Cola Company adalah sebuah perusahaan multinasional yang memproduksi minuman bersoda Coca Cola pertama diciptakan oleh Dr. John Pemberton pada 8

¹⁰ C R. Kothari, Research Methodology: Methods and Techniques (New Delhi: New Age International (P) Ltd., 2004).

¹¹ Tryning Rahayu Setya W.Profile PepsiCo. Penerbit : Merdeka.com <https://www.merdeka.com/PepsiCo/profil>. (Diakses pada 23 Maret 2022)

¹² Sheila Griffin Llanas. judul buku Caleb Davis Bradham: Pepsi-Cola Inventor: Pepsi-Cola Inventor. Penerbit : CheckBoard Library dengan link: www.abdopublishing.com

¹³ Sumber data Ihktisar Keuangan dan Kinerja Keuangan PepsiCo Inc. : <https://www.wsj.com/market-data/quotes/PEP/financials/quarter/income-statement>

Mei 1886 di Atlanta, Georgia. Sama seperti Caleb D. Bradham, John adalah seorang apoteker lokal. John mencoba memproduksi minuman bersoda. Pada awalnya John hanya bisa menjual 6 botol per hari dalam 1 tahun dengan harga 5 sen. Coca Cola sudah ada selama 125 tahun. Coca Cola mendukung para pekerjanya untuk mendapatkan hak sesuai dengan hak asasi manusia. Dalam memasarkan Coca Cola, Coca Cola Company melakukan promosi produk melalui iklan tv seperti contohnya dalam iklan Coca Cola pada tanggal 18 Januari 1971 di London. Direktur kreatif akun Coca Cola Company Bill Backer melalui iklan McCann Erickson memperkenalkan Coca Cola dengan slogan “*I like to buy the world coke*”¹⁴

Sejarah Masuknya PepsiCo di Indonesia

Perusahaan PepsiCo Inc. mulai diproduksi di Indonesia saat ia berhasil berkerjasama dengan perusahaan lokal di Indonesia pada tahun 1995 kerjasama ini dilakukan oleh PT Indofood Sukses Makmur (INDF) oleh Salim Group Company dan dalam sektor memproduksi minuman atau *beverage* akan di kelola oleh anak perusahaan dari PT Indofood Sukses Makmur yaitu dengan PT AIBM sebagai perusahaan yang mengatur tentang produksi minuman yang berasa atau *beverage* dan AIBM mendirikan pabrik produksi di Jawa.¹⁵

¹⁴ Official Coca Cola Xwebsite tentang sejarah asal mula Coca Cola <https://www.coca-colacompany.com/company/history>

¹⁵ Novena Allowcya Regina Caeli Br Tarigan judul skripsi : “Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap kesadaran merek produk Pepsi” penerbit : Universitas Telkom Bandung Tahun:2017 <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/i>

Masuknya PepsiCo di Indonesia tidak hanya berkerjasama untuk memproduksi minuman atau *beverage* saja namun PT Indofood Sukses Makmur juga memanfaatkan kesempatan kerjasama ini untuk dapat memproduksi makanan ringan dan beberapa produk merek luar negeri di bawah naungan PepsiCo company dan kerjasama ini juga dalam bentuk Joint venture dengan PepsiCo dan PT Indofood Fritolay Makmur yang bertugas dalam divisi makanan ringan dan termasuk perusahaan makanan ringan terbesar di Indonesia sebagai anak perusahaan dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. atau yang biasa di singkat ICBP.

Profil PT Indofood Sukses Makmur (INDF)

PT Indofood Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan yang berada di Indonesia dan memproduksi makanan olahan serta minuman ringan atau *beverage*, perusahaan ini membagi lima bagian pengelolaan yaitu : produk bermerek konsumen, distribusi, agribisnis, budidaya dan pengelolaan sayuran.¹⁶

Visi misi Indofood atau INDF tahun 2019 adalah:

1. Memberikan solusi kebutuhan pangan secara berkelanjutan.
2. Terus meningkatkan kompetensi karyawan kami, proses produksi dan teknologi.

d/127821/slug/pengaruh-komunikasi-pemasaran-terpadu-terhadap-kesadaran-merek-produk-pepsi.html.

¹⁶ Financial times perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk. <https://markets.ft.com/data/equities/tearsheet/profile?s=in df:jkt> (diakses pada 24 2022

3. Berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan sekitar

4. Meningkatkan nilai pemangku

Kepentingan secara berkelanjutan

Struktur Bisnis PT Indofood Sukses Makmur:

1. Agribisnis

Dalam sebuah perusahaan besar maka segala kebutuhan produksi seperti barang mentah tentu akan ada bagian yang mengelola kebutuhan barang mentah dengan adanya lahan dan juga pengelolaan bahan mentah akan menjamin tercukupinya bahan-bahan untuk menunjang produksi yang sangat besar, tentu juga mereka harus mengelola dengan baik perkebunan sesuai dengan peraturan agar tetap menjaga kondisi lingkungan dimana mereka mengelola perkebunan dan dalam agribisnis ini kegiatan utama Grup Agribisnis berkisar dari penelitian dan pengembangan, pembibitan benih, budidaya dan penggilingan kelapa sawit, hingga produksi dan pemasaran minyak goreng, margarin dan lemak bermerek. Grup juga menanam dan mengolah karet, tebu dan tanaman lainnya.¹⁷

2. Distribusi

Dalam hal ini PT Indofood juga memastikan segala produk yang telah di produksi agar dapat di salurkan ke pelanggan ataupun ketoko dengan tepat waktu dan distribusi adalah tahapan yang dilakukan dalam aktivitas sebuah perusahaan yang dilakukan berulang

¹⁷ Data Laporan tahunan keuangan dan kinerja INDF Annual Report PT Indofood Sukses Makmur 2019.

berupa kegiatan untuk mengirimkan barang setelah terjadinya pembelian.¹⁸ Dengan jaringan distribusi yang paling luas di Indonesia, Grup Distribusi mendistribusikan sebagian besar produk konsumen yang dapat diartikan bahwa segala produk yang ditawarkan pasar dalam bentuk ataupun jasa yang digunakan untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan adalah barang konsumen menurut Philip Kotler (1997:52).¹⁹ Indofood dan anak-anak perusahaannya, serta berbagai produk pihak ketiga.

1. Consumer Branded Product Group

Dalam memproduksi produknya PT INDF memiliki beberapa divisi yang di pisah sesuai dengan jenis produk yang di oleh, seperti sebagai berikut :

- a. Divisi mie instan
- b. Divisi diary
- c. Divi makanan ringan
- d. Divisi penyedap makanan
- e. Divisi nutrisi dan makanan khusus
- f. Divisi minuman

Sejarah PT Indofood Sukses Makmur (INDF)

INDF didirikan pada 14 Agustus 1990 oleh Sudono Salim tetapi perusahaan ini telah beroperasi dan melakukan banyak kegiatan produksi pada tahun 1980an. Pemimpin saat ini Anthony Salim. Pada tahun 1994 perusahaan ini berganti nama menjadi PT Indofood Sukses Makmur dan mencatatkan atau mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia.

¹⁸ James A. Hall, (2001). Sistem Informasi Akuntansi edisi 1. Salemba Empat: Jakarta

¹⁹ Philip Kotler. 1997, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu. Jakarta: Prentice Hall.

Agribisnis memperluas perkebunannya dengan mengakuisisi PT PP London Sumatra Indonesia Tbk. Perusahaan perkebunan yang sahamnya tercatat di BEI.

Pada 2008 Group Agribisnis memasuki kegiatan usaha gula dengan mengakuisisi PT Laju Perdana Indah. Group Customer Branded Product memasuki kegiatan Dairy dengan Akuisisi PT Indolacto, salah satu produsen dairy terkemuka di Indonesia.. Pada 2010 mencatatkan saham Group CBP , PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di BEI. Pada 2011 mencatatkan Saham PT Salim Ivomas Pratama Tbk, anak perusahaan pada Group Agribisnis, di BEI.²⁰

Pada 2013 Group CBP memasuki kegiatan produksi minuman. Group Agribisnis memperluas usaha dengan impor gula ke Brazil dan Filipina dengan penyertaan saham di CMAA dan Roxas Holding inc. Pada 2014 group CBP mengembangkan kegiatan produksi minumannya melalui jalur usaha air minum dalam kemasan dengan akuisisi asset AMDK termasuk merek Club.

Pada tahun 2018 group CBP mengakuisisi seluruh kepemilikan saham pada anak perusahaan dalam divisi minuman dan produk makanan serta memperluas distribusi produk kegiatan usaha Paper Diaper. Pada tahun 2020 perusahaan CBP memperluas kegiatan usaha mie instan dengan mengakuisi Pinehill Company Limited, produsen mie instan yang beroperasi di Afrika, Eropa Tenggara dan Timur Tengah.

Perusahaan Indofood Sukses Makmur ini memproduksi dalam bidang industri: *other food manufacturing*, *food manufacturing*, *potato chips* dan makanan ringan lainnya.

Manufaktur makanan lainnya adalah kelompok industri yang terdiri dari perusahaan-perusahaan yang terutama bergerak dalam produksi makanan (tidak termasuk makanan yang berasal dari hewan, penggilingan biji-bijian dan minyak sayur, gula dan kembang gula, buah-buahan, sayuran dan makanan yang diawetkan secara khusus, produk susu, produk daging, produk makanan laut, produk roti, dan tortilla.

Kelompok industri ini mencakup industri dengan proses produksi yang berbeda, seperti produksi makanan ringan, membuat kopi dan the, pembuatan konsentrat, sirup, bumbu dan bumbu: dan, secara umum, berbagai macam makanan.²¹

Inhtisar Keuangan dan Grafik Kinerja Keuangan PT Indofood Sukses Makmur Tbk.

Perusahaan INDF memberikan informasi tentang perkembangan penjualan dalam jangka kerja lima tahun dari tahun 2015 hingga 2019 sebagai berikut:

Dalam Miliar Rupiah.

Penjualan: **2019:** 64.061,9 **2018:** 66.659,5
2017 : 70.186,6 **2016:** 73.394,7 **2015:**
76.593,0.

²⁰ Official website PT Indofood Sukses Makmur :
Sejarah perusahaan INDF
<https://www.Indofood.com/company/history>

²¹ INDF Annual Report 2019 PTIndofood sukses makmur .hal.7

Laba Bruto: **2019:** 22.716,4 **2018:**20.2120
2017 : 19.770,0 **2016:** 19.337,6
2015:17.258.1

Laba Usaha (EBIT): **2019:**9.831,0
2018:9.143,0 **2017 :** 8.683,8 **2016:**
8.285,0 **2015:** 7.362,9.²²

Dalam data ikhtisar keuangan diatas dapat disimpulkan bahwa dalam data penjualan PT INDF mengalami penurunan dari tahun 2015 yang bernilai 76,593 dan jatuh hingga di tahun 2019 penjualan INDF hanya berjumlah 64.061,9. Sedangkan pada laba kotor perusahaan INDF naik dari tahun 2015 yang hanya bernilai 17.258,1 menjadi 22.716,4 pada tahun 2019.

Kompetitor dan Target Pasar

Kompetitor PT INDF seperti perusahaan lokal yang menjual dan memproduksi makanan atau minuman yang sejenis dengan produk yang dijual oleh PT INDF. Perusahaan Indofood mendapatkan keuntungan yang besar dari divisi mie instan yang mana kita ketahui produk mie instan sangat banyak di produksi di Indonesia dengan merek yang beragam hal ini tentu menjadi sebuah persaingan yang sengit antara para produsen mie instan contoh: perusahaan yang memproduksi mie dengan merek Mie Sedap milik PT Sayap Mas Utama dari kelompok Wings yang mana perusahaan ini juga menjual mie instan dengan harga yang murah namun menawarkan rasa yang berkualitas.

Meskipun perusahaan Mie Sedap tidak menuduki posisi mie instan terlaris di Indonesia dan di tahun 2002 Indomie menjadi primadona dan menguasai pangsa pasar sebesar 90% tetapi pada tahun 2015 Indomie hanya menduduki pangsa pasar dengan 75% saja dan sisanya di isi oleh merek produk mie instan lainnya. Jumlah ini tentu cukup besar jika di nilai dari penurunan nilainya.²³

Pencapaian target pasar pada tahun 2019 Dalam dua dekade terakhir, Indofood telah bertransformasi menjadi sebuah perusahaan Total Food Solutions dengan kegiatan operasional yang mencakup seluruh tahapan proses produksi makanan, mulai dari produksi dan pengolahan bahan baku hingga menjadi produk akhir yang tersedia di pasar. Kini Indofood dikenal sebagai perusahaan yang mapan dan terkemuka di setiap kategori bisnisnya.

KOMPETISI INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN DI INDONESIA

Pangsa Pasar Industri Makanan dan Minuman

Pangsa pasar Menurut William J.S,²⁴ (1984), “pangsa pasar adalah bagian pasar yang dikuasai oleh suatu perusahaan, atau prosentase penjualan suatu perusahaan terhadap total penjualan pada pesaing terbesarnya pada waktu dan tempat tertentu.”

Karena kontribusi sektor makanan dan minuman yang besar ini tentu peran sektor

²² Laporan keuangan INDF tahun 2019
https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate_Actions/New_Info_JSX/Jenis_Informasi/01_Laporan_Keuangan/04_Annual%20Report/2019/INDF/INDF_Annual%20Report%202019.pdf diakses pada 25 Maret 2022.

²³ Wilda Apriani , judul artikel : Analisis Strategi Indomie Sebagai Brand Market Leader
https://www.academia.edu/11322531/Analisis_Strategi_Indomie_Sebagai_Brand_Market_Leader
Diakses pada 25 Maret 2022

²⁴ William J Stanton. 1984. Fundamentals of Marketing. 8th Edition. Mc Graw Hill.

makanan dan minuman di Indonesia menjadi sebuah sektor yang penting demi pendapatan negara Indonesia. Bahkan menurut Menteri Perindustrian Airlangga Hartarto,²⁵ menegaskan bahwa pemerintah harus memperhatikan dan menjaga ketersediaan bahan baku yang di butuhkan oleh industri makanan dan minuman demi menjaga produktifitas yang berdaya saing global bahkan menjadi basis nilai tambah bagi pendapatan negara yang harus dijamin proses hilirasinya.

Kontribusi sektor makanan dan minuman untuk pendapatan negara dalam triwulan pada tahun 2017 sektor ini menyumbang kepada PBD Industri non-migas hingga mencapai 34,95 persen, dan hasil dari sumbangan sektor makan dan minuman pada PBD ini menjadi kontributor terbesar jika dibandingkan dengan subsektor lainnya.²⁶

Pada tahun 2018 sektor makanan dan minuman, dalam ekspor makanan mengalami pertumbuhan sebesar 11,71 persen, sedangkan jumlah pertumbuhan ekspor minuman mencapai 3,16 persen dalam tahun 2018. Namun pada triwulan satu tahun 2019 sektor makanan dan minuman mampu menarik jumlah investasi hingga US\$ 383 dan 8,9 triliun. Hingga triwulan di tahun 2019 Airlangga sebagai Menteri Perindustrian mengatakan bahwa sektor makanan dan minuman menyumbang kepada PBD insdustri non-

migas dengan jumlah 35,58 persen. Dan 6,35 persen untuk PBD nasional.²⁷

Persaingan usaha industri perusahaan makanan dan minuman di Indonesia

Persaingan dalam sebuah industri menjadikan sebuah perekonomian yang memiliki ritme dan berjalan demi menghasilkan keuntungan yang banyak dan dapat bersaing di sebuah negara atau wilayah.

Menurut Adnan Et Al,²⁸ persaingan industri adalah pertarungan atau rivalitas antara satu atau dua bahkan lebih sebuah perusahaan atau industri yang hampir sama atau sejenis dan berperan untuk menyediakan jasa, harga, produk, distribusi, dan upaya promosi kepada pelanggan.

PEMUTUSAN KERJA SAMA PEPSICO (AS) DAN PT INDOFOOD SUKSES MAKMUR (INDF) INDONESIA

Awal Pemutusan Kerja Sama PepsiCo Inc. Dan PT Indofood Sukses Makmur (INDF)

Awal pemutusan kerja sama antara PepsiCo dan PT Indofood Sukses Makmur berawal dari kegagalan dan kerugian yang di alami oleh PT Indofood Sukses Makmur yang tidak dapat menjual produk milik

²⁵ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia . pada Jumat 27 November 2017. <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan> diakses pada 26 maret 2022

²⁶ Kementerian Perindustrian Republik Indonesia . Judul : Menakar Prospek Industri Makanan dan Minuman <https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>

²⁷ Invesnia daftar perusahaan BEI. <https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional>

²⁸ Ni Nyoman Kerti Yasa , Putu Gde Sukaatmadja Pengaruh Persaingan Industri Terhadap Strategi Inovasi Dan Dampaknya Pada Kinerja Bisnis hal.230 . Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana. Jalan P.B. Sudirman, Denpasar, Bali, Indonesia 80232 manraikerti@yahoo.co.id , ninyomankertiy@gmail.com <http://fkbi.akuntansi.upi.edu/wp->

Pepsi dengan sesuai target penjualan yang diharapkan. Dalam kegagalan ini PT AIBM sebagai anak perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur yang bertanggung jawab sebagai pemegang eksklusif produk merek Pepsi.

Karena banyaknya perseteruan dan konflik yang dialami PepsiCo dengan mitranya PT Indofood Sukses Makmur menyebabkan renggangnya hubungan PepsiCo dan Indofood .

Dan tidak hanya dalam produksi *beverage* saja ternyata keberadaan produk anak perusahaan Pepsi yaitu Fritolay yang diproduksi oleh PT Indofood Fritolay Makmur yang memproduksi makanan ringan juga mengalami banyak penurunan keuntungan karena dinilai tidak terlalu memberikan keuntungan besar jika di lihat dari data PT Indofood CBP Sukser Makmur perusahaan Indofood memiliki keuntungan terbesar dari penjualan produk mie instan.²⁹

Proses Pemutusan Kerja Sama PepsiCo Dengan PT Indofood Sukses Makmur

Proses pemutusan kerja sama yang di lakukan PepsiCo dengan PT Indofood Sukses Makmur di karenakan telah berakhirnya penjanjian kontrak kerja yang hanya berlaku selama 5 tahun dari awal perjanjian yang pada hakikatnya nya kerja sama ini bisa di perpanjang. Dalam kerja sama ini PT Indofood CBP Sukses Makmur melalui jalur perusahaan *joint venture*-nya yaitu PT Indofood Asahi Sukses Beverage atau (IASB) yang menjadi pemegang hak dan kepercayaan PepsiCo dan terikat dalam kontrak

exclusive bottling agreement (EBA) yang mengikat antara PepsiCo dan PT Indofood Asahi Sukses Beverage perjanjian ini adalah perjanjian yang mengatur tentang wewenang PT IASB untuk secara eksklusif memproduksi produk merek pepsi lalu menjual dan mendistribusikan keseluruhan Indonesia produk *beverage* non alkohol atau minuman *beverage* .³⁰

Dapat dianalisis bahwa pemutusan kontrak kerja sama ini dikarenakan PepsiCo dan PT INDF tidak memperpanjang kontrak EBA yang sudah berakhir selama kurun waktu lima tahun yang disebabkan oleh kerugian dan PepsiCo tidak mampu bersaing dalam industri *food and beverage* di Indonesia.

Dampak Pemutusan Kerja Sama PepsiCo Dengan PT Indofood Sukses Makmur Dengan Anak Perusahaan

Dengan keputusan matang yang telah di ambil oleh perusahaan PepsiCo tidak lagi memproduksi food and beverage-nya di Indonesia akan memberikan dampak kepada anak perusahaannya yaitu PT Indofood Beverage Makmur dan juga PT Indofood Fritolay Makmur meskipun hubungan kemitraan yang di jalin PepsiCo dengan PT Indofood Sukses Makmur telah berjalan selama 30 tahun.

KESIMPULAN

PepsiCo adalah sebuah perusahaan multinasional yang memiliki pabrik asal di California dan memproduksi minuman beverage berupa minuman soda yang

²⁹<https://www.kabarbisnis.com/read/2882509/jualan-mi-instan-ini-keuntungan-Indofood>

³⁰ Investasi Kontan judul artikel: Kontrak eksklusif pembotolan PepsiCo selesai ini rekomendasi analisis ntuk saham ICBP. Dengan link:n <https://investasi.kontan.co.id/news/kontrak-eksklusif-pembotolan-PepsiCo-selesai-ini-rekomendasi-analisis-untuk-saham-icbp> Diakses pada 29 maret 2022

diberi nama Pepsi Cola dan minuman bersoda ini telah melekat sejak lama di masyarakat Indonesia dan menjadi minuman yang familiar. Menjalin hubungan joint venture memunculkan beberapa tantangan untuk bisa mencapai tujuan bersama antara pemegang saham dalam perusahaan tersebut. Namun joint venture juga memberikan banyak kemudahan dari jumlah modal bersama yang nilainya cukup besar dan bisa memajukan perusahaan tetapi bukan hanya keuntungan yang dinikmati bersama, jika mengalami kerugian semua pihak yang bekerja sama dalam joint venture juga harus menanggung kerugian secara bersama sesuai dengan peraturan law of contract yang berlaku dalam perusahaan joint venture.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

C R. Kothari, Ltd., 2004 Research Methodology: *Methods and Techniques* (New Delhi: New Age International .

Fred R David.. Manajemen Strategis : Konsep Buku 1. oleh Fred R . David Terbitan: Salemba Empat, 2011. “ Fred R. David .hlm. 11

Griffin Llanas,Sheila ,judul buku : Caleb Davis Bradham: Pepsi-Cola Inventor: Pepsi-Cola Inventor penerbit : Abdo Publishing di Minneapolis,Minniesota.

Hall, James 2001.Sistem Informasi Akuntansi edisi 1.Salemba Empat: Jakarta Kotler,Philip.1997, Manajemen

Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu.

Kotler,Philip.1997, Manajemen Pemasaran. Edisi Bahasa Indonesia jilid satu.Jakarta: Prentice Hall.

Mas’oed, Mohtar, 1997. Politik, Birokrasi, dan

Mohtar Mos’oed, Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi, (Jakarta: LP3ES, 1990,).

Pembangunan. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Stanton, William J. 1984. Fundamentals of Marketing. 8th Edition. Mc Graw Hill.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta

Jurnal:

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>

Devi, anggraini 2012, “aktor hubungan internasional”, universitas airlangga, di akses:http://devi-anggraini-fisip12.web.unair.ac.id/artikel_detail-60515-pengantar%20ilmu%20hubungan%20internasional-aktor%20hubungan%20internasional.html 01 Oktober 2021. H 12.

Media:

[/1467043668/The_Human_Cost_of_Conflict_Palm_Oil_RAN.pdf?1467043668](https://www.ran.org/wp-content/uploads/rainforestactionnetwork/pages/15889/attachments/original/1467043668/The_Human_Cost_of_Conflict_Palm_Oil_RAN.pdf?1467043668)
Apriani, Wilda judul artikel : Analisis Strategi Indomie Sebagai Brand Market Leader
https://www.academia.edu/11322531/Analisis_Strategi_Indomie_Sebagai_Brand_Market_Leader

Artikel Rain forest dengan Judul : The Human Cost of Conflict palm Oil. Dengan link:
<https://www.ran.org/wp-content/uploads/rainforestactionnetwork/pages/15889/attachments/original>

Artikel,kabarbisnis<https://www.kabarbisnis.com/read/2882509/jualan-mi-instan-ini-keuntungan-Indofood>
Invesnia daftar perusahaan BEI.
<https://www.pikiran-rakyat.com/ekonomi/pr-01316389/pertumbuhan-industri-makanan-dan-minuman-sumbang-635-terhadap-pdb-nasional>
investasi.kontan. Prospek ICBP makin segar pasca mengakuisisi Pepsi Selasa, 09 Juli 2013 / 06:13 WIB
<https://investasi.kontan.co.id/news/prospek-icbp-makin-segar-pasca-mengakuisisi-pepsi>.
(diakses 22 Maret 2022)

Kementrian Perindustrian Republik Indonesia . Judul : Menakar Prospek Industri Makanan dan Minuman
<https://kemenperin.go.id/artikel/18465/Industri-Makanan-dan-Minuman-Masih-Jadi-Andalan>

Official Coca Cola Xwebsite tentang

sejarah asal mula Coca Colan
<https://www.coca-colacompany.com/company/history>

Official website PT Indofood Sukses Makmur : Sejarah perusahaan INDF
<https://www.Indofood.com/company/history>

Rahayu, Setya Tryning W.Profile PepsiCo
<https://www.merdeka.com/PepsiCo/profil>

Ramadhani pipit ika judul artikel : Kilas Balik Perjalanan Cheetos Cs Setelah 30 Tahun Jadi Camilan Nongkrong di RI tanggal 06 Agustus 2021. Diterbitkan oleh: Liputan6.com Jakarta

Data Laporan:

Annual Report PT Indofood Sukses Makmur2019.link :
https://www.idx.co.id/Portals/0/StaticData/ListedCompanies/Corporate_Actions/New_Info_JSX/Jenis_Informasi/01_Laporan_Keuangan/04_Annual%20Report/2019/INDF/INDF_Annual%20Report%202019.pdf

Financial times perusahaan PT. Indofood Sukses Makmur TBK.

Skripsi:

Br Tarigan, Novena allowcya Regina Caeli judul skripsi : “Pengaruh komunikasi pemasaran terpadu terhadap kesadaran merek produk Pepsi” penerbit : Universitas Telkom bandung Tahun:2017