

## ABSTRAK

PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan perusahaan multinasional asal Indonesia yang berfokus pada penjualan *food and beverages*. Lewat upaya investasi, *joint venture*, kerjasama, hingga pelaksanaan pameran yang bekerjasama dengan ITPC Chicago dan Diaspora Indonesia, serta mitra-mitra terkait yang turut serta mengurus pendistribusian produk Indofood, satu persatu produk mereka mulai dikenal dan dikonsumsi oleh masyarakat di Amerika Serikat. Hingga saat ini, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk terus mengembangkan produk-produk mereka agar mampu bersaing dengan produk dari pelaku usaha lainnya.

Penelitian ini bertujuan untuk membahas upaya PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dalam memperluas pasar ekspor di Amerika Serikat menggunakan teori *Multinational Corporations* (MNC), teori *Comparative Advantage*, serta konsep *Private Sector* dalam Perdagangan Internasional. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus dengan menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa perluasan pasar ekspor yang dilakukan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk tak luput dari peran pemerintah di Indonesia serta di Amerika Serikat. Perluasan pasar ekspor yang dihasilkan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk menghasilkan produk unggulan yang digemari oleh masyarakat di Amerika Serikat yakni produk Indomie. Dan Indomie sendiri memiliki varian rasa yang beragam serta harga jual yang lebih murah dibandingkan dengan *brand* dari negara lainnya, sehingga hal-hal tersebut berdampak baik bagi penjualan Indomie dan peningkatan bagi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk itu sendiri. Lewat produk unggulan, komparasi harga, dan pemilihan Amerika Serikat sebagai *host country*, membuat peningkatan ekonomi yang dihasilkan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk semakin berkembang setiap tahunnya.

**Kata kunci:** PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, ITPC Chicago, Pasar Ekspor, Kerjasama, *Multinational Corporations* (MNC), Amerika Serikat.

## ABSTRACT

*PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk is a multinational company from Indonesia that focuses on selling food and beverages. Through investment efforts, joint ventures, collaborations, and holding exhibitions in collaboration with ITPC Chicago and the Indonesian Diaspora, as well as related partners who took part in managing the distribution of Indofood products, one by one their products began to be known and consumed by people in the United States. Until now, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk continues to develop their products to be able to compete with products from other business actors.*

*This research aims to discuss PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk's efforts to expand the export market in the United States using Multinational Corporations (MNC) theory, Comparative Advantage theory, and the Private Sector concept in International Trade. The research method used is a qualitative case study using primary data sources and secondary data.*

*The final results of this research show that the expansion of the export market carried out by PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk cannot be separated from the role of the government in Indonesia and the United States. The expansion of the export market produced by PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk produces superior products that are popular with people in the United States, namely Indomie products. And Indomie itself has various flavor variants and cheaper selling prices compared to brands from other countries, so these things have a good impact on Indomie sales and an increase for PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk itself. Through superior products, price comparisons, and the choice of the United States as the host country, the economic improvement produced by PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk continues to grow every year.*

**Keywords:** *PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, ITPC Chicago, Export Market, Cooperations, Multinational Corporations (MNC), United States.*