

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Perluasan pasar ekspor yang dilakukan oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Amerika Serikat berupa persebaran produk-produk makanan olahan berupa mie instan Indomie, pelaksanaan pameran di beberapa wilayah di Amerika Serikat, serta upaya kerjasama dengan National Restaurant Association (NRA), Diaspora Indonesia, serta ITPC Chicago guna menjalankan ekspor impor produk-produk Indofood di Amerika Serikat. PT Indofood CBP Sukses Tbk yang terus berproses dalam melakukan ekspor impor produk di berbagai negara, termasuk Amerika Serikat perlu diapresiasi dengan baik, sebab sebagai perusahaan multinasional asli asal Indonesia ini, mereka selalu berupaya untuk menciptakan inovasi di setiap produk yang mereka hasilkan agar dapat memberikan produk terbaik bagi setiap konsumen dimana pun mereka berada. PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk merupakan salah satu perusahaan swasta asli Indonesia yang berfokus di bidang *food and beverages* dengan mengutamakan kualitas produk dan keterjangkauan harga agar dapat dinikmati oleh kalangan masyarakat, sehingga produk-produk PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk lebih banyak digemari dan mudah diingat oleh semua orang. Meskipun PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk membuat produk lainnya seperti tepung dan bumbu dapur, namun salah satu produk mereka yang paling diingat oleh masyarakat adalah mie instan.

Mie instan yang telah diproduksi oleh PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk berupa Indomie, Supermi, Sarimi, Sakura, Pop Mie, Pop Bihun, dan Mie Telur Cap 3 Ayam. Namun diantara merk-merk tersebut, Indomie adalah salah satu produk unggulan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk yang tingkat penjualannya lebih unggul dibandingkan produk lainnya. Hal tersebut dikarenakan berbagai macam varian rasa yang ditawarkan oleh Indomie serta murah nya harga jual Indomie di pasaran, mengakibatkan

masyarakat di Indonesia maupun di luar negeri yang telah mengkonsumsi Indomie di negara mereka, akan lebih mudah untuk memilih Indomie dibandingkan dengan brand lain. Untuk menghasilkan produk mie instan yang berkualitas lainnya, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk harus terus berupaya untuk meningkatkan kualitas bahan dan rasa yang akan ditawarkan oleh produk-produk makanan dan minuman mereka, terkhusus mie instan unggulan mereka, yakni Indomie.

6.2 Saran

6.2.1 Saran Praktis

Untuk kemajuan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk selanjutnya, perlu melibatkan keberadaan teknologi yang semakin canggih, mengakibatkan lebih mudahnya merek hingga produk-produk Indofood untuk dicari dan dipilih oleh seluruh masyarakat, dengan keberadaan teknologi inilah PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk lebih mudah terbantu dalam memasarkan produk tanpa harus mengunjungi konsumen satu persatu. Dilakukannya inovasi baru pada kemasan, isi produk, hingga promosi yang menarik perhatian sehingga masyarakat akan lebih mudah untuk membeli produk-produk Indofood. Ambisi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk adalah memimpin pasar global, maka dari itu dibutuhkan produk-produk inovatif namun tetap ramah lingkungan. Dengan bekerjasama dengan kelompok yang berfokus pada isu lingkungan dan energi terbarukan, maka semua ini akan memberikan pengaruh besar bagi perubahan iklim, dan berpengaruh bagi pemilihan *raw materials* selama PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk membuat berbagai produk yang berkualitas.

6.2.2 Saran Teoritis

Guna penelitian selanjutnya mengenai perluasan pasar ekspor PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di Amerika Serikat, maka perlu adanya kajian ulang terkait perkembangan secara lnsung mengenai produk-produk Indonesia khususnya Indofood

yang sampai saat ini masih harus bersaing dengan produk kompetitor dari negara lain. Perlu adanya informasi lebih lanjut terkait pelaksanaan pameran yang dilaksanakan oleh ITPC Chicago bersama dengan para pelaku usaha asal Indonesia dalam melakukan ekspansi pasar ekspor di Amerika Serikat. Melalui Teori Multinational Corporation (MNC), PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mampu untuk meningkatkan perekonomian mereka lewat ekspor impor hingga investasi yang dilakukan dengan antarperusahaan atau dengan negara lainnya, seperti dengan Amerika Serikat. Serta melalui Teori *Comparative Advantage*, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk mampu untuk mendeskripsikan pencapaian hingga hambatan mereka dalam melaksanakan perluasan pasar ekspor di Amerika Serikat lewat teori tersebut, yakni dengan menjelaskan adanya produk unggulan yang mereka hasilkan, lalu persaingan harga dan kualitas produk dengan *brand* lainnya, serta pemilihan Amerika Serikat sebagai pangsa pasar yang dirasa mampu meningkatkan kredibilitas perusahaan, peningkatan produksi, hingga upaya meningkatkan minat masyarakat di Amerika Serikat untuk membeli dan mengonsumsi produk-produk PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk, khususnya Indomie sebagai mie instan terbaik yang mereka miliki.