

**STRATEGI PT. JAPFA COMFEED INDONESIA TBK  
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR  
INTERNASIONAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Dalam  
Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh :**

**Niko Ferdiansyah  
07041282025075**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2024**

**STRATEGI PT. JAPFA COMFEED INDONESIA TBK  
DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR  
INTERNASIONAL**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam  
Menempuh Derajat Sarjana (S-1) Dalam Bidang Ilmu  
Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh :**

**Niko Ferdiansyah  
07041282025075**

**JURUSAN ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**STRATEGI PT JAPFA COMFEED INDONESIA TBK DALAM  
MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR INTERNASIONAL**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Menempuh Derajat  
Sarjana S-1 Ilmu Hubungan Internasional**

Oleh :

Niko Ferdiansyah

07041282025075

Pembimbing I

Tanda Tangan

Tanggal

Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si  
NIP. 198708192019031006



07/01-2025

Mengetahui,  
Ketua Jurusan,



Solvan Effendi, S.IP., M.Si  
NIP. 197705122003121003

## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

### STRATEGI PT JAPFA COMFEED INDONESIA TBK DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI PASAR INTERNASIONAL

**Skripsi**

**Oleh :**

**Niko Ferdiansyah**

**07041282025075**

**Telah dipertahankan di depan penguji  
Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat  
pada tanggal 18 November 2024**

Pembimbing :

1. Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si.  
NIP. 198708192019031006

Penguji :

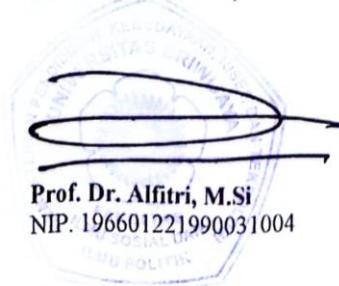
1. Ferdiansyah Rivai, S.IP., M.Si.  
NIP. 198904112019031013
2. Yuni Permatasari, S.IP., M.H.I.  
NIP. 199706032023212021

Tanda Tangan



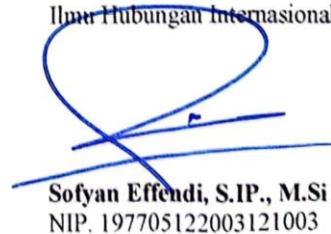
**Mengetahui,**

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan,  
Ilmu Hubungan Internasional,



**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**  
NIP. 197705122003121003

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Niko Ferdiansyah

NIM : 07041282025075

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “Strategi PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk Dalam Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Internasional” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Indralaya, Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a colorful 3000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '3000'. The signature is written in a cursive style.

**Niko Ferdiansyah**  
NIM. 07041282025075

## ABSTRAK

Pasar internasional merupakan pasar yang berskala global dengan potensi konsumen yang sangat luas. Perusahaan – perusahaan multinasional berlomba – lomba untuk masuk ke dalam pasar internasional guna meningkatkan keuntungan yang berlimpah. Perusahaan tersebut diantaranya adalah PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. yang merupakan salah satu perusahaan swasta di bidang peternakan di Indonesia. Dengan meningkatnya permintaan pangan global, hal ini memberikan potensi bagi Japfa untuk masuk ke pasar internasional. Selain itu, dengan hadirnya perjanjian AFTA tentang pembebasan cukai di pasar ASEAN mampu memberikan kemudahan bagi Japfa dalam kegiatan ekspor barang ke wilayah Asia Tenggara. Meskipun begitu, diperlukan strategi yang tepat mengingat adanya kompetitor di bidang yang serupa seperti Charoen Pokphand Group dan Leong Hup International Berhads di pasar Asia juga Tyson Foods Inc. di tingkat pasar global. Dengan adanya kompetitor tersebut, PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk memerlukan strategi yang tepat untuk bisa bersaing di pasar internasional.

**Kata Kunci : PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Japfa, Pasar Internasional, Cost Advantage, Differentiation Advantage, Focus Advantage.**

Indralaya, 07 Januari 2025

**Pembimbing I**



**Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si.**

**NIP. 198708192019031006**



**Mengetahui,  
Ketua Jurusan**

**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**  
**NIP. 197705122003121003**

## ABSTRACT

The international market is a global scale market with vast consumer potential. Multinational companies are competing to enter the international market to increase abundant profits. Among these companies is PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk. which is one of the private companies in the livestock sector in Indonesia. With increasing global food demand, this provides potential for Japfa to enter the international market. In addition, the presence of the AFTA agreement on excise exemptions in the ASEAN market can provide convenience for Japfa in exporting goods to the Southeast Asian region. However, an appropriate strategy is needed given the presence of competitors in similar fields such as Charoen Pokphand Group and Leong Hup International Berhads in the Asian market as well as Tyson Foods Inc. at the global market level. With these competitors, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk needs the right strategy to compete in the international market.

**Keywords : PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, Japfa, International Market, Cost Advantage, Differentiation Advantage, Focus Advantage.**

Indralaya, 07 January 2025

**Pembimbing I**

  
**Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si.**

**NIP. 198708192019031006**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan**

  
**Sofyan Effendi, S.IP., M.Si**  
**NIP. 197705122003121003**

## Kata Pengantar

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT. karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini saya lakukan sebagai rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana dalam bidang Ilmu Hubungan Internasional pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan dukungan kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Kedua orang tua serta adik saya yang telah mendukung saya secara penuh selama masa kuliah di jurusan Ilmu Hubungan Internasional FISIP UNSRI. Tanpa dukungan kedua orang tua saya, mungkin saya tidak akan bisa menyusun skripsi ini dengan baik hingga selesai.
3. Bapak Ferdiansyah Rivai, S.IP, M.Si, selaku dosen PA saya yang telah memberikan banyak dukungan selama masa kuliah saya dan membantu saya dalam banyak masalah akademik selama perkuliahan berlangsung.
4. Bapak Muhammad Yusuf Abror, S.IP, M.A., selaku dosen pembimbing KKHI yang telah banyak memberikan saya masukan selama menjalani masa KKHI dalam rentang waktu kurang lebih 3 bulan tersebut serta memberikan saya saran dan ide untuk menulis judul skripsi ini.
5. Segenap dosen jurusan Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya yang telah memberikan banyak sekali ilmu pengetahuan dan wawasan kepada saya sehingga memudahkan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Pihak Dekanat dan admin serta staff yang ada di FISIP UNSRI khususnya mba Siska Admin Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Kampus Indralaya, dimana telah banyak membantu saya dalam mengurus hal – hal yang berkaitan dengan administrasi selama masa perkuliahan saya ini.
7. Pihak PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, yang telah memberikan saya kesempatan untuk menjalankan program KKHI di salah satu kantor sektor industri peternakan unggasnya yaitu Hatchery Segayam. Selain itu, telah membantu saya dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Sahabat komunitas CK 2000, Hasan, Iffat, Sapri, Rafli dan lain - lain yang telah banyak memberikan dukungan dan membantu saya dalam kehidupan diluar kampus.
9. Sahabat LDF WAKI FISIP UNSRI, Hadi, Azis dan Bebi yang banyak memberikan dorongan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga karena telah menjadi teman yang baik serta sering mengingatkan saya ketika ada masalah berkaitan dengan dunia perkuliahan.



## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....                               | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI</b> .....                              | <b>iii</b>  |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....                               | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRACT</b> .....   | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....   | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....   | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....  | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR SINGKATAN</b> .....   | <b>xi</b>   |
| <br>  |             |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....  | <b>1</b>    |
| 1.1.Latar Belakang.....   | 1           |
| 1.2.Rumusan Masalah.....  | 9           |
| 1.3.Tujuan Penelitian.....  | 9           |
| 1.4.Manfaat Penelitian.....   | 9           |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....                                      | <b>11</b>   |
| 2.1. Penelitian Terdahulu.....  | 11          |
| 2.2. Landasan Teori.....  | 15          |
| 2.3. Kerangka Pemikiran.....  | 20          |
| 2.4. Argumentasi Utama.....   | 21          |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....                                    | <b>22</b>   |
| 3.1. Desain Penelitian.....   | 22          |
| 3.2. Definisi Konsep.....   | 22          |
| 3.3. Fokus Penelitian.....  | 25          |
| 3.4. Unit Analisis.....   | 27          |
| 3.5. Jenis Dan Sumber Data.....   | 27          |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data.....   | 28          |
| 3.7. Teknik Keabsahan Data.....   | 28          |
| 3.8. Teknik Analisis Data.....  | 29          |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM</b> .....   | <b>30</b>   |
| 4.1. Profil PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.....                          | 30          |
| 4.2. Kompetisi Pasar Internasional.....                                   | 33          |
| 4.3. Informasi Keuangan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.....              | 39          |
| <b>BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....                                   | <b>44</b>   |
| 5.1. <i>Cost Leadership</i> .....   | 44          |
| 5.2. <i>Differentiation Advantage</i> .....                               | 54          |
| 5.3. <i>Focus Advantage</i> .....   | 59          |
| 5.4. Strategi PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk di Pasar Internasional..... | 60          |
| 5.5. Relasi Politik PT Japfa Comfeed Indonesia.....                       | 65          |
| <b>BAB VI PENUTUP</b> .....   | <b>69</b>   |
| 6.1. Kesimpulan.....  | 69          |
| 6.2. Saran.....   | 71          |

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 1.1 Data Penjualan JAPFA Secara Geografis .....                   | 8       |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....                                    | 11      |
| Tabel 3.1 Fokus Penelitian .....  | 25      |
| Tabel 4.1 Entitas Anak Perusahaan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk ..... | 31      |
| Tabel 4.2 Kegiatan Usaha PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk .....          | 32      |
| Tabel 4.3 Volume Perubahan Perdagangan Barang Tahun 2020 – 2023 .....   | 35      |
| Tabel 5.1 Perbandingan Aset Finansial .....                             | 44      |
| Tabel 5.2 Perbandingan Indikator Biaya Produksi .....                   | 47      |
| Tabel 5.3 Produk Yang Dihasilkan Masing – Masing Perusahaan .....       | 53      |

## DAFTAR GAMBAR

|   | Halaman |
|---|---------|
| Gambar 1.1. Kegiatan Usaha PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk .....                | 4       |
| Gambar 1.2. Produksi Daging Ayam Global 2018 – 2022 .....                       | 5       |
| Gambar 1.3. Produksi Daging Sapi Global 2018 – 2022 .....                       | 6       |
| Gambar 5.1. Harga Produk Sunny Gold di Singapura .....                          | 48      |
| Gambar 5.2. Harga Produk Fiesta di Singapura .....                              | 49      |
| Gambar 5.3. Harga Produk So Good di Singapura .....                             | 49      |
| Gambar 5.4. Produk Frozen Foods Belfoods .....                                  | 50      |
| Gambar 5.5. Produk Frozen Foods So Good dan So Nice .....                       | 50      |
| Gambar 5.6. Produk Frozen Foods So Good dan So Nice .....                       | 51      |
| Gambar 5.7. Produk Frozen Foods Sunny Gold .....                                | 52      |
| Gambar 5.8. Produk Frozen Foods Sunny Gold .....                                | 52      |
| Gambar 5.9. Produk Frozen Foods Fiesta dan Champ .....                          | 53      |
| Gambar 5.10. Produk Frozen Foods Fiesta dan Champ .....                         | 53      |
| Gambar 5.11. Perspektif netizen terhadap keunikan pemasaran Sosis So Nice ..... | 57      |
| Gambar 5.12. Freezer khusus produk So Good di salah satu Alfamart .....         | 58      |
| Gambar 5.13. Wapres Gibran Membagikan Susu .....                                | 66      |
| Gambar 5.14. Relasi Japfa LTD di Asia Tenggara .....                            | 67      |

## DAFTAR SINGKATAN

|       |                                    |
|-------|------------------------------------|
| EPG   | : Ekonomi Politik Global           |
| MNC   | : <i>Multinational Corporation</i> |
| PT    | : Perseroan Terbatas               |
| TBK   | : Terbuka                          |
| WTO   | : <i>World Trade Organization</i>  |
| CAFTA | : China Asean Free Trade Area      |
| MEA   | : Masyarakat Ekonomi ASEAN         |

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di zaman modern ini, perdagangan menjadi salah satu aktivitas penting dalam ekonomi suatu negara (Sari & Restikasari, 2021). Perdagangan yang dilakukan oleh negara – negara memiliki misi yang sama, yaitu sama – sama mengembangkan ekonomi di negara tersebut. Dengan begitu, negara bisa meningkatkan kesejahteraan rakyatnya dengan ekonomi yang berkembang pesat. Salah satu metode yang dilakukan yaitu dengan adanya perdagangan antarnegara atau perdagangan global (Islam, 2018).

Perdagangan global atau perdagangan internasional adalah jual beli barang dan jasa antar negara. Transaksi tersebut melibatkan individu, bisnis, dan pemerintah dari berbagai negara (Manik, 2022). Tujuan perdagangan global antara lain meningkatkan produk domestik bruto (PDB), memenuhi kebutuhan yang tidak dapat diproduksi sendiri oleh suatu negara, dan meningkatkan kerja sama antar negara (Hariwijaya, 2020). Perdagangan global juga dapat mendorong industrialisasi, kemajuan transportasi, dan globalisasi.

Perdagangan global didorong oleh perbedaan negara-negara dalam sumber daya alam dan manusia, kebutuhan mereka akan barang dan jasa tertentu, dan keinginan mereka untuk memperluas pasar (Carbaugh, 2019). Misalnya Indonesia dan Australia mempunyai hubungan dagang. Karena Indonesia butuh produk peternakan Australia dan Australia butuh produk pertanian Indonesia. Selain itu, perbedaan kebutuhan konsumen antar negara juga menjadi pendorong perdagangan global yang didalamnya terdapat pasar internasional.

Pasar internasional merujuk pada semua aktivitas yang terjadi dalam perdagangan global (Feenstra, 2015). Negara – negara yang melakukan perjanjian perdagangan global biasanya dinaungi oleh lembaga internasional seperti *World Trade Organization* (WTO). WTO sendiri terdiri dari 164 negara. 117 negara diantara anggota WTO adalah negara yang masih berkembang (World Trade Organization, 2024).

Pasar internasional melibatkan berbagai sektor ekonomi, seperti sektor pertanian, peternakan, manufaktur, jasa, dan lain-lain. Sektor pertanian mencakup perdagangan komoditas seperti beras, gula, kopi, dan lain-lain (Baden-Fuller & Stopford, 1994). Sektor peternakan memiliki produk berupa daging ayam, daging sapi, susu, telur, dan sebagainya. Sektor manufaktur memproduksi produk-produk seperti mobil, elektronik, dan tekstil. Sektor jasa mencakup perdagangan jasa seperti pariwisata, keuangan, dan teknologi informasi.

Salah satu aktor dalam pasar internasional adalah perusahaan swasta. Perusahaan swasta dapat dibagi menjadi dua jenis: perusahaan swasta tertutup dan perusahaan swasta terbuka (Mardiasmo, 2018). Perusahaan swasta adalah perusahaan yang kepemilikan sahamnya kecil dan tidak tercatat di bursa efek. Sedangkan perusahaan swasta publik adalah perusahaan yang sahamnya terdaftar di bursa efek dan dapat dibeli oleh masyarakat umum (Kusrianto, 2021).

Perbedaan utama antara perusahaan swasta dan swasta adalah tingkat kepemilikan saham dan pengungkapannya. Perusahaan swasta dimiliki oleh sejumlah kecil pemegang saham, tidak terdaftar di bursa efek, dan tidak tersedia untuk umum (PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, 2023). Perusahaan publik mencatatkan sahamnya di bursa efek untuk dibeli oleh publik, sehingga lebih terbuka dan transparan.

Sektor peternakan merupakan kegiatan pengembangan dan pemeliharaan ternak guna memperoleh keuntungan dan hasil dari kegiatannya. Industri peternakan meliputi produksi daging, susu, telur, dan produk turunannya. Sektor peternakan memainkan peranan penting dalam perekonomian suatu negara, yaitu dengan menyediakan pangan, pupuk, bahan pakaian dan energi.

Sektor peternakan memiliki peran penting dalam perekonomian negara. Pertumbuhan sektor peternakan menciptakan peluang ekonomi baru, menghidupkan aktivitas usaha kecil dan menengah, serta menghidupkan perekonomian di negara tersebut. Selain itu, sektor peternakan juga memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara dan penciptaan lapangan pekerjaan.

Dalam konteks ketahanan pangan, peternakan memegang peranan penting dalam menyediakan pasokan pangan yang stabil dan terjangkau. Keterkaitan kondisi perekonomian nasional dengan perekonomian global menjadi tantangan sekaligus peluang di sektor perdagangan. Dengan membuka pasar baru bagi produk dan jasa, perdagangan global mampu memberikan dorongan ekonomi yang kuat (PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, 2023).

Sektor peternakan juga memainkan peran penting dalam pemberdayaan sumber daya manusia yang produktif. Masyarakat dapat memilih pekerjaan sebagai peternak untuk mencukupi kebutuhan hidupnya. Masyarakat suatu negara dapat beternak sesuai dengan iklim yang ditempati, misalnya sub tropis cocok untuk mengembalakan domba, sedangkan iklim tropis cocok untuk memelihara sapi dan kambing. Sedangkan untuk ternak ayam, cocok di berbagai musim.

PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk adalah salah satu perusahaan swasta terbuka yang menjadi salah satu perusahaan di sektor peternakan terbesar di Indonesia. PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk, dikenal juga dengan Japfa didirikan

pada tanggal 18 Januari 1971 sesuai Akta no.59 yang dibuat di Notaris Djojo Muljadi, S.H. Perusahaan ini awalnya memiliki nama PT Java Pelletizing Factory Ltd yang menjual produk pelet kopra. (PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, 2022)

Japfa mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1989. Pada tahun 1990, PT Java Pelletizing Factory Ltd, mengakuisisi lima unit pabrik pakan ternak dan udang dari empat perusahaan lain. Kemudian, perusahaan ini berganti nama menjadi PT Japfa Comfeed Indonesia. Sesuai dengan ketentuan pada undang-undang tentang Perseroan Terbatas, perusahaan ini pun berganti nama menjadi PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.

**Gambar 1.1. Kegiatan Usaha PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk**



Sumber : Laporan Keberlanjutan 2022 (PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk, 2023)

Saat ini PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk memiliki kegiatan usaha peternakan dari hulu ke hilir. Dimulai dari produksi pakan ternak, pembibitan hewan ternak seperti bibit ayam *Broiler* dan bibit sapi pedaging, hewan ternak dewasa, daging hewan ternak hingga ke produk olahan seperti sosis. Kegiatan usaha yang dimiliki PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk ini memiliki kontribusi besar pada pasar domestik. Oleh karena itu, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk akan

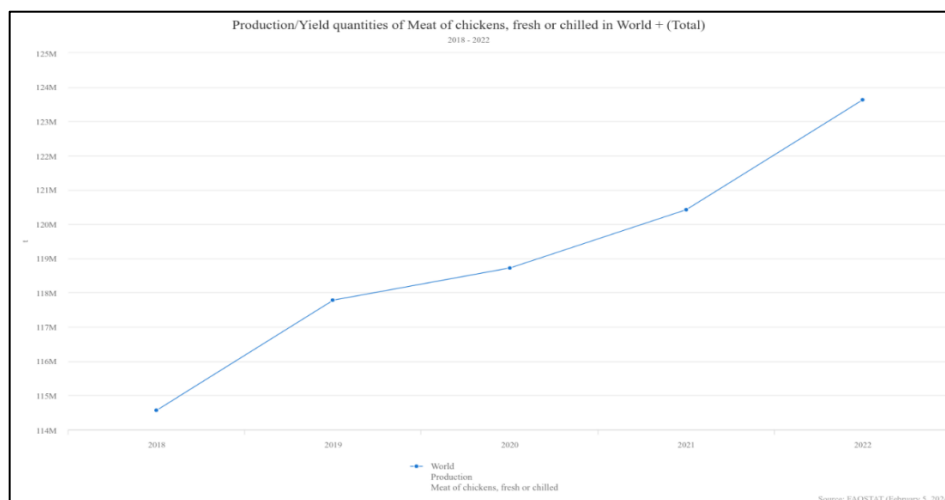


mendapatkan keuntungan jika memperlebar ekspansi pasarnya ke pasar internasional.

Pasca pandemi COVID – 19, sektor peternakan tumbuh pesat seiring dengan meningkatnya urgensi ketahanan pangan. Sektor peternakan memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai ketahanan pangan. Untuk memenuhi kebutuhan gizi masyarakat, sektor peternakan menyediakan sumber protein hewani berupa daging, susu, dan telur. Protein hewani ini penting untuk makanan sehari-hari dan membantu memenuhi kebutuhan gizi masyarakat secara keseluruhan.

Salah satu dampak dari pengaruh adanya pandemi tersebut terhadap sektor peternakan adalah perubahan pola konsumsi masyarakat. Masyarakat yang terdampak pandemi COVID – 19 kerap mengalami kepanikan. Kepanikan inilah yang menyebabkan perubahan pada pola konsumsi masyarakat. Golongan elit kerap melakukan *Panic Buying* terhadap stok pangan yang ada di pasar. Oleh karena itulah, terjadi peningkatan terhadap kebutuhan pangan global.

**Gambar 1.2. Produksi Daging Ayam Global 2018 - 2022**

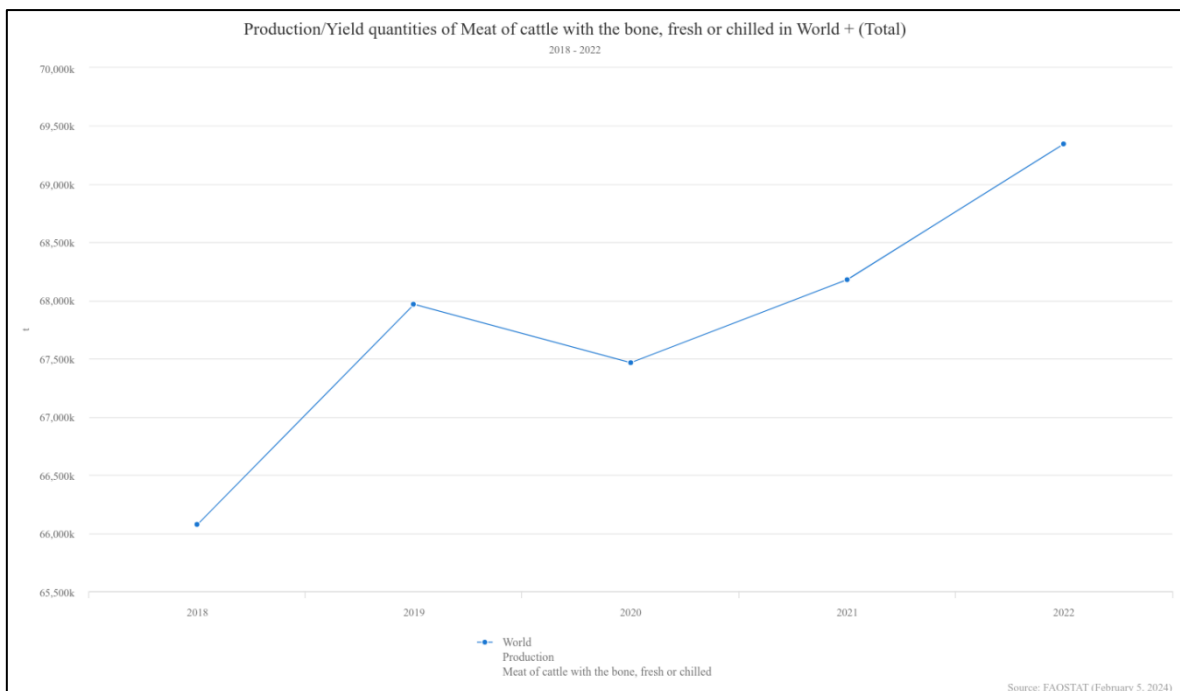


Sumber : (Food And Agriculture Organization Statistic 2022)

Dari gambar 1.2 , produksi ayam global meningkat sejak tahun 2018. Di tahun 2018, produksi daging ayam berada pada angka 114.567.848,72 ton. Kemudian meningkat di tahun 2019 pada angka 117.781.019,71 ton. Lalu meningkat secara pelan pada tahun 2020 di angka 118.719.594,05 ton. Lonjakan besar terjadi setelah adanya COVID – 19 dari tahun 2020 hingga 2022, hal ini ditandai dengan meningkatnya produksi daging ayam di tahun 2021 di angka 120.421.034,76 ton dan tahun 2022 di angka 123.313.340,72 ton.

Peningkatan produksi ini akibat adanya *Panic Buying* dari kalangan masyarakat menengah keatas yang menyebabkan kekurangan stok di pasaran. Harga daging ayam cukup yang terjangkau bagi masyarakat menengah kebawah menjadi alasan mengapa produk daging ayam ini cukup meningkat produksinya. Hal – hal tersebutlah yang mempengaruhi produksi daging ayam global di tahun 2018 – 2022.

**Gambar 1.3. Produksi Daging Sapi Global 2018 - 2022**



Sumber : (Food And Agriculture Organization Statistic 2022)

Dari gambar 1.3, produksi daging sapi global cukup meningkat meskipun terjadi penurunan di tahun 2020. Pada 2018, produksi daging global tercatat di angka 66.074.787,46 ton. Kemudian meningkat di tahun 2019 pada angka 67.967.153,15 ton. Namun, pada tahun 2020, produksi daging sapi sempat menurun di angka 67.465.424,60 ton. Produksi daging sapi pun perlahan meningkat lagi di tahun 2021 di angka 68.179.139,81 ton. Lonjakan pesat pun terjadi di tahun 2022 pada angka 69.346.116,17 ton.

Produksi daging sapi cukup fluktuatif. Fluktuasi ini diperkirakan karena pandemi COVID – 19 yang cukup berdampak pada konsumen. Kebanyakan konsumen dari produk daging sapi ini yaitu salah satunya bisnis rumah makan (Uly & Movanita, 2021). Isolasi skala besar atau *Lockdown* yang diterapkan di tahun 2020 sempat memutus aktivitas dari bisnis rumah makan ini. Hal inilah yang menyebabkan penurunan di tahun 2020. Setelah *Lockdown* dikurangi, bisnis rumah makan mulai buka kembali dan menyebabkan naiknya produksi daging sapi (Ijaz, et al., 2021).

Dari dua kasus peningkatan produksi global daging diatas, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk yang bergerak di sektor peternakan dapat memanfaatkan kondisi tersebut agar memperlebar pasarnya ke pasar internasional. Sejauh ini, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk telah masuk ke pasar Asia Tenggara. Pada tahun 2023, PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk telah berhasil mengekspor perdana ayam hidup ke Singapura sebanyak 20.040 ekor. Kegiatan ekspor ini dilakukan dengan mitra dari Singapura yaitu Toh Thye San Farm yang merupakan salah satu penyuplai ayam terbesar di Singapura (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2023). Ekspor ini dapat menjadi batu pijakan untuk hubungan perdagangan yang lebih kohesif antara Indonesia dan Singapura kedepannya.

Dalam segi penjualan, PT Japfa Comfeed Indonesia mengalami peningkatan dari segi penjualan lokal maupun penjualan ekspor ke luar negeri. Keuntungan penjualan ekspor yang diraih PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk juga meningkat dari tahun 2022 lalu, selengkapnya tersaji pada tabel berikut ini (dalam angka jutaan rupiah):

**Tabel 1.1 Data Penjualan JAPFA Secara Geografis**

| Jenis Penjualan<br>berdasarkan<br>geografis | Tahun      |            |
|---|------------|------------|
|   | 2023       | 2022       |
| Lokal                                       | 50.285.916 | 48.151.161 |
| Ekspor                                      | 889.982    | 820.924    |
| Total                                       | 51.175.898 | 48.972.085 |

Sumber : (Laporan Tahunan PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk 2023)

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa penjualan ekspor PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk berkembang dari tahun 2022 ke tahun 2023 dengan adanya peningkatan dari angka 820.924 juta rupiah ke angka 889.982 juta rupiah.

Di tahun 2024 ini, PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk membuka pabrik vaksin ternak hewan di Vietnam sebagai bentuk ekspansi bisnis ke pasar Asia Tenggara. Pabrik vaksin yang baru dibuka ini menjadi yang terbesar dan akan menjadi produsen vaksin hewan ternak di Vietnam dan negara – negara lain di Asia (Ubaidillah, 2024).

Di sisi lain, ada peluang bagi PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk untuk mengembangkan pasar mereka di dunia internasional khususnya Asia Tenggara. Hal ini dikarenakan adanya implementasi dari *ASEAN Economy Community Blueprint 2025* yang memberikan kesempatan sektor swasta untuk berkembang di

wilayah Asia Tenggara. Pengimplementasian dari *AEC 2025 Blueprint* ini bertujuan meningkatkan perekonomian di negara – negara anggota ASEAN (ASEAN Secretariat, 2015).

Salah satu poin dari *AEC 2025 Blueprint* yaitu kerjasama dalam efektifitas operasional perusahaan di tingkat nasional atau region Asia Tenggara dengan transparansi aturan dan adanya jaminan kepastian bagi sektor swasta (ASEAN Secretariat, 2015). Dengan hal tersebut, perusahaan swasta dapat mengembangkan produksinya tanpa khawatir adanya regulasi yang mengekang atau tidak jelas arahnya. Transparansi regulasi juga memberikan kepastian terkait dengan aturan – aturan yang harus di ikuti oleh perusahaan swasta dalam melakukan kegiatan produksi.

Meskipun peluang ekspansi pasar sangat besar, PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk perlu adanya strategi yang tepat agar bisa bersaing dengan kompetitor di bidang sejenis. Di dunia internasional secara global ada *Nestle S.A.* dan *Groupe Lactalis*. Sedangkan di lingkup Asia, PT. Japfa Comfeed Indonesia memiliki saingan yaitu *Charoen Pokphand*, *Leong Hup International Berhads* dan *New Hope Liuhe*. Perusahaan – perusahaan tersebut menjadi kompetitor tangguh yang harus dihadapi oleh Japfa Comfeed dalam melakukan ekspansi pasar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan data yang telah disebutkan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

**“Bagaimana strategi yang diterapkan oleh PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk untuk meningkatkan daya saingnya di pasar internasional?”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Mengetahui strategi PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk dalam meningkatkan daya saingnya di pasar internasional.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a) Memberikan kontribusi pada pengetahuan akademik tentang strategi ekspansi perusahaan lokal menuju pasar internasional.
- b) Menawarkan pengembangan teori tentang bagaimana strategi yang tepat dapat memberikan dampak signifikan pada perusahaan yang sedang mengembangkan jangkauan pasarnya ke masyarakat internasional.
- c) Memberikan pengetahuan tentang hubungan internasional, aktivitas perdagangan global, dan metode strategi yang diterapkan oleh Perusahaan Swasta dapat memberikan dampak pada ekonomi negara maupun global.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a) Memberikan pandangan yang lebih jelas tentang implementasi strategi yang diterapkan oleh perusahaan swasta seperti PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk dalam mengembangkan ekspansi pasarnya ke dunia internasional.
- b) Meningkatkan pemahaman tentang kebijakan dan strategi perusahaan yang efektif dalam menjangkau pasar global yang lebih luas serta mampu bersaing dengan kompetitor asing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Member States of the Association of Southeast Asian Nations. (2010). *ASEAN Trade In Goods Agreement*. Jakarta: ASEAN.
- Alfamart. (2024, Juli 16). *Satu Dekade di Filipina, Alfamart Resmikan Toko ke-2000*. Retrieved from Alfamart: [https://alfamart.co.id/news-detail/Satu-Dekade-di-Filipina-Alfamart-Resmikan-Toko-ke-2000#:~:text=PT%20Sumber%20Alfaria%20Trijaya%20Tbk%20\(Alfamart\)%20meresmikan%20gerai%20ke-2000%20nya](https://alfamart.co.id/news-detail/Satu-Dekade-di-Filipina-Alfamart-Resmikan-Toko-ke-2000#:~:text=PT%20Sumber%20Alfaria%20Trijaya%20Tbk%20(Alfamart)%20meresmikan%20gerai%20ke-2000%20nya)
- ASEAN Secretariat. (2015). *ASEAN ECONOMIC COMMUNITY BLUEPRINT 2025*. Retrieved from Association Of Southeast Asia Nations: <https://asean.org/wp-content/uploads/2021/08/AEC-Blueprint-2025.pdf>
- Baden-Fuller, C., & Stopford, J. M. (1994). *Rejuvenating the mature business: The competitive challenge*. Boston: Harvard Business School Press.
- Bogdan, R., & Biklen, S. K. (2007). *Qualitative research for education : an introduction to theories and methods*. Boston, Massachussets: Pearson A & B.
- Burhan, F. A. (2024, Desember 27). *Kans Pertumbuhan Japfa (JPFA) 2025 saat Program Makan Bergizi Gratis Bergulir*. Retrieved from Bisnis.com: <https://market.bisnis.com/read/20241227/192/1827070/kans-pertumbuhan-japfa-jpfa-2025-saat-program-makan-bergizi-gratis-bergulir>
- Carbaugh, R. J. (2019). *International Economics*. Boston, MA: Cengage Learning.
- Cohen, B. J. (2008). *International Political Economy: An Intellectual History*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Dörrenbächer, C., & Geppert, M. (2011). *Politics and Power in the Multinational Corporation: The Role of Institutions, Interests and Identities*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Feenstra, R. C. (2015). *Advanced international trade: theory and evidence*. Princeton: Princeton University Press.
- Frieden, J. A., & Lake, D. A. (1999). *International Political Economy: Perspectives on Global Power and Wealth*. London: Routledge.
- Goede, M. D. (2006). *International Political Economy And Poststructural Politics*. New York: Palgrave MacMillan.
- Hariwijaya, I. (2020). Pengaruh Perdagangan Internasional dan Investasi Asing Langsung Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1-12.

- Hill, C. W., & Jones, T. M. (2015). *International Business: The Challenge of Global Competition 10th Edition*. London: Pearson Education.
- Huberman, M., & Miles, M. B. (1994). *Qualitative Data Analysis: An expanded Sourcebook 2nd Edition*. London: SAGE Publications.
- Ijaz, M., Yar, M. K., Badar, I. H., Ali, S., Islam, S. M., Jaspal, M. H., . . . Guevara-Ruiz, D. (2021, Mei 7). *Meat Production and Supply Chain Under COVID-19 Scenario: Current Trends and Future Prospects*. Retrieved from Frontiers: <https://www.frontiersin.org/journals/veterinary-science/articles/10.3389/fvets.2021.660736/full>
- Islam, M. R. (2018). *International Trade: Theory and Policy*. New York: Routledge.
- Jackson, P., & Jone, J. S. (2012). *Introduction to International Relations, Second Edition*. New York: Cambridge University Press.
- Japfa Comfeed Indonesia. (2024). *Laporan Keberlanjutan 2023*. Jakarta: Japfa Comfeed Indonesia.
- Japfa Comfeed Vietnam. (2023, Oktober 3). *About Us*. Retrieved from Japfa Vietnam: <https://www.japfavietnam.com/about-us>
- John W. Creswell. (1994). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. California: Sage Publikations.
- Johnston, S. (2005). *Headquarters and Subsidiaries in Multinational Corporations: Strategy, Control and Coordination in the Multinational Corporation*. London: Palgrave MacMillan.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023, Mei 16). *Indonesia Sukses Ekspor Perdana Ayam Hidup ke Singapura*. Retrieved from Kementerian Perdagangan Republik Indonesia: <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/indonesia-sukses-ekspor-perdana-ayam-hidup-ke-singapura-1684191744>
- Krueger, A. O. (2018). *Trade Policy and Economic Development: How We Learn*. New York: Routledge.
- Kusrianto, A. (2021). *Akuntansi Keuangan Perusahaan Publik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kusuma, A. P. (2018). Pengaruh teknologi informasi terhadap keunggulan kompetitif perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 1-12.
- LBH Jakarta. (2014, Juni 7). *37 Jenderal Pendukung Prabowo-Hatta, 6 Jenderal Diduga Bermasalah*. Retrieved from LBH Jakarta: <https://bantuanhukum.or.id/37-jenderal-pendukung-prabowo-hatta-6-jenderal-diduga-bermasalah/>



- Leong Hup International Berhad. (2024). *Annual Report 2023*. Kuala Lumpur: Leong Hup International Berhad.
- Manik, M. (2022). Pengaruh Perdagangan Internasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 23(2), 13 - 20.
- Mardiasmo, S. (2018). Pengertian perusahaan publik. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 77-86.
- Market Screener. (2024, Desember 10). *AustAsia Group LTD Company Network*. Retrieved from Market Screener: <https://www.marketscreener.com/quote/stock/AUSTASIA-GROUP-LTD-148356444/company-network/>
- Miles, M., & Huberman, A. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Nohria, N., & Ghoshal, S. (1997). *Differentiated network: organizing multinational corporations for value creation*. London: Jossey-Bass.
- Nurhidayat, D. (2024, September 25). *Program Makan Bergizi Gratis akan Berdampak Besar Pada Penurunan Status Gizi Buruk Anak*. Retrieved from Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/703957/program-makan-bergizi-gratis-akan-berdampak-besar-pada-penurunan-status-gizi-buruk-anak>
- Porter, M. E. (1996). *What Is Strategy?* Cambridge: Harvard Business School Press.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- PSC Corporation LTD. (2024). *Annual Report 2023*. Singapore: PSC Corporation LTD.
- PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk. (2024). *Laporan Tahunan 2023*. Jakarta: PT. Charoen Pokphand Indonesia Tbk.
- PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (2022). *Laporan Tahunan 2021*. Jakarta: PT. Japfa Comfeed Indonesia.
- PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (2023). *Laporan Keberlanjutan 2022*. Jakarta: PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
- PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (2023). *Laporan Tahunan 2022*. Jakarta: PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.

- PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (2024, Juli 21). *Board Of Commissioners, Directors & Committees*. Retrieved from Japfa Comfeed: <https://www.japfacomfeed.co.id/boc-directors-committees>
- PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk. (2024). *Laporan Tahunan 2023*. Jakarta: PT. Japfa Comfeed Indonesia Tbk.
- Robison, R. (2006). *The Neoliberal Revolution: Forging the Market State*. London: Palgrave MacMillan.
- Rudman, S. T. (2006). *The Multinational Corporation in China: Controlling Interests (Organization and Strategy)*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Sari, D. W., & Restikasari, W. (2021). Pola Perdagangan Global pada Perusahaan-Perusahaan Berteknologi Tinggi. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia, Vol. 21*, 77-94.
- Stonehouse, G., Campbell, D., Hamill, J., & Purdie, T. (2004). *Global and Transnational Business: Strategy and Management*. New York: Wiley.
- Sugiono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tyson Foods Inc. (2023). *Annual Report 2023*. Washington D.C.: Tyson Foods Inc.
- Ubaidillah, M. (2024, Juni 12). *Ekspansi Bisnis, Japfa Resmikan Pabrik Vaksin Hewan Ternak di Vietnam*. Retrieved from SWA Online: <https://swa.co.id/read/447659/ekspansi-bisnis-japfa-resmikan-pabrik-vaksin-hewan-ternak-di-vietnam>
- Uly, Y. A., & Movanita, A. N. (2021, Maret 22). *Ini Alasan Indonesia Terus Impor Daging Sapi Meski Populasinya Banyak*. Retrieved from Kompas: <https://money.kompas.com/read/2021/03/22/142243826/ini-alasan-indonesia-terus-impor-daging-sapi-meski-populasinya-banyak>
- Wijiharjono, N. (2021). Manajemen Strategik: Pemikiran Michael Porter dan Implikasinya bagi Pengembangan Ekonomi Kreatif. *OSF Preprints*, 1-23.
- Wileman, A. (2008). *Driving Down Cost: How to Manage and Cut Costs--Intelligently*. London: Nicholas Brealey Publishing.
- World Trade Organization. (2024, January 1). *Members and Observers*. Retrieved February 5, 2024, from World Trade Organization: [https://www.wto.org/english/thewto\\_e/whatis\\_e/tif\\_e/org6\\_e.htm](https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/org6_e.htm)