

Analisis Lingkungan Hukum Bisnis Internasional Pada PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Azzahra Tri Najla S

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Korespondensi : azzahratri01@gmail.com

Abstract. *PT. Indofood Sukses Makmur Tbk is one of the giant companies in Indonesia which produces various types of food and drinks such as instant noodles, snacks, flavorings and others located in Jakarta, Indonesia. The products produced by PT. Indofood Sukses Makmur Tbk has succeeded in spreading to the international market. The success of doing business in international markets certainly cannot be separated from international business ethics, one of which is the legal aspect. This research aims to analyze the extent to which companies comply with legal regulations in their product development approach. This research uses qualitative methods with descriptive data analysis. The research results show that PT. Indofood Sukses Makmur Tbk has consistently complied with the law in all its activities including product development strategies to maintain safety, quality, reputation and community loyalty.*

Keywords: *International Market, Products, Legal Aspects*

Abstrak. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk adalah salah satu perusahaan raksasa di Indonesia yang memproduksi berbagai jenis makanan dan minuman seperti mie instan, makanan ringan, penyedap rasa dan lainnya yang berlokasi di Jakarta, Indonesia. Adapun produk yang dihasilkan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk sudah berhasil menjangkau ke pasar internasional. Dalam keberhasilannya melakukan bisnis ke pasar internasional tentu tidak lepas dengan etika bisnis internasional yang salah satunya merupakan aspek hukum. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis sejauh mana perusahaan mematuhi regulasi hukum dalam pendekatan pengembangan produk mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis data deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Indofood Sukses Makmur Tbk secara konsisten telah mematuhi hukum pada setiap aktivitasnya termasuk dalam strategi pengembangan produk untuk menjaga keamanan, kualitas, reputasi dan loyalitas masyarakat.

Kata Kunci: Pasar Internasional, Produk, Aspek Hukum

PENDAHULUAN

Aspek hukum dalam dunia bisnis adalah suatu pedoman yang berfungsi untuk mengatur segala sesuatu mengenai tata cara pelaksanaan kegiatan perdagangan, keuangan, industri yang dikaitkan pada produksi, jasa pertukaran barang dengan uang. Seluruh kegiatan dalam usaha/bisnis perlu dilandasi dengan adanya hukum dengan tujuan melindungi dan menegakkan keadilan. Hukum yang bersifat mengikat dapat membuat siapapun mempunyai rasa tanggungjawab dan rasa takut dalam melakukan tindakan melanggar hukum. Hukum bisnis dapat didefinisikan sebagai semua ketentuan hukum yang tertulis maupun lisan yang mengatur hak dan kewajiban dari suatu perjanjian dan perikatan yang ada atau terjadi dalam aktivitas bisnis.

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk adalah salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yang telah melaksanakan berbagai aktivitas bisnis internasional dalam rangka memperluas pangsa pasarnya. Dalam melaksanakan bisnisnya, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tentunya

harus mematuhi segala perizinan dan legalitas yang sah karena keduanya berkaitan dengan seluruh aktivitas operasional perusahaan. Adapun bentuk legalitas yang dimaksud seperti kepatuhan perusahaan dalam strategi pengembangan produk mereka serta pembuatan produk yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh tiap negara. Dalam penelitian ini akan memberikan pemahaman sejauh mana PT. Indofood Sukses Makmur Tbk dalam mematuhi segala regulasi tentang strategi pengembangan produk dan pembuatan produk yang sesuai dengan standar.

KAJIAN TEORI

a. Aspek Hukum dalam Dunia Bisnis Internasional

Bisnis internasional adalah kegiatan bisnis yang terdiri dari lebih satu negara atas dasar adanya kerjasama dan kesepakatan bersama. Adapun pihak-pihak yang terlibat dapat berupa antar individu, antar individu dengan pemerintah suatu negara maupun pemerintah suatu negara dengan pemerintah negara lain.

Adapun pengaturan hukum transaksi dalam bisnis internasional tergolong pada kategori privat karena sifatnya yang memberi kebebasan kepada para pihak yang terlibat untuk menentukan isi perjanjian yang menjadi kontrak dalam sebuah kerjasama. Akan tetapi meskipun memberi kebebasan, transaksi bisnis yang dilakukan harus tetap berlandaskan hukum internasional dan memperhatikan kaidah hukum nasional masing-masing negara.

Pada umumnya transaksi hukum internasional didasarkan pada kontrak yang telah disepakati oleh para pihak. Dengan adanya kontrak maka akan tercipta keyakinan dari banyak pihak terhadap ekspektasi yang akan didapat dari pelaksanaan kontrak tersebut. Untuk memastikan bahwa ekspektasi itu benar-benar tercapai, maka kontrak tidak hanya sebagai kewajiban moral tetapi juga kewajiban hukum yang sifatnya wajib dipenuhi.

b. Kepatuhan Hukum dalam Strategi Bisnis Internasional

Kepatuhan hukum dalam strategi bisnis menjadi perhatian utama dalam lingkungan bisnis internasional karena memiliki dampak yang luas bagi perusahaan. Pertama, kepatuhan hukum yang baik akan membantu perusahaan dalam menghindari sanksi hukum yang merugikan yang dapat membuat denda, sanksi pidana, dan tuntutan hukum lainnya yang menyebabkan kerugian finansial.

Kemudian, kepatuhan hukum yang baik akan menjaga reputasi/nama baik perusahaan. Masyarakat, investor, dan pemangku kepentingan lainnya akan memiliki kepercayaan yang tinggi apabila perusahaan secara konsisten sadar akan hukum. Dalam industri makanan dan minuman misalnya, reputasi menjadi hal yang utama karena berkaitan dengan keamanan dari

produk yang dikonsumsi oleh masyarakat terlebih dalam skala internasional dimana produk akan dikonsumsi oleh banyak masyarakat dari berbagai negara.

Terakhir, kepatuhan hukum berperan penting dalam menciptakan kepercayaan pelanggan. Konsumen tentunya akan memilih produk dari perusahaan yang dapat dipercaya dan telah memenuhi standar keamanan dan kualitas produk yang ditetapkan. Kepercayaan pelanggan juga akan memperkuat loyalitas mereka terhadap produk dan merk perusahaan.

c. Peran Strategi Pengembangan Produk

Strategi pengembangan produk adalah salah satu komponen penting dalam upaya perusahaan untuk mempertahankan pertumbuhan dan keunggulan kompetitif di pasar. Pengembangan produk adalah suatu aktivitas yang dilakukan untuk melakukan perubahan/peningkatan terhadap sebuah produk agar menjadi lebih baik lagi dan dapat memberi kepuasan yang lebih tinggi.

Pengembangan produk sendiri tentunya dijalankan oleh personalia yang ada dalam perusahaan dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun beberapa cara perusahaan dalam melakukan pengembangan produk bisa dilakukan dengan beberapa hal diantaranya penemuan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian ide, pengembangan strategi pemasaran, analisis usaha, pengembangan produk, *market testing*, dan terakhir komersialisasi ke khalayak luas. Perusahaan yang membuat strategi pengembangan produk adalah perusahaan yang ingin bertahan dan ingin meningkatkan daya saingnya.

Namun, dalam industri makanan dan minuman, aspek kepatuhan hukum juga penting diperhatikan dalam strategi pengembangan produk. Regulasi yang ketat harus dilakukan untuk menjamin keamanan, kualitas, dan komposisi produk. Perusahaan harus memastikan jika produk yang mereka kembangkan telah memenuhi standar dan regulasi yang ditetapkan baik dalam hal bahan baku, proses produksi, labelisasi, informasi nutrisi, dan standar kesehatan dan keamanan. Kepatuhan hukum menjadi bagian penting dalam strategi pengembangan produk di industri makanan dan minuman untuk melindungi konsumen yang mengkonsumsinya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan analisis data deskriptif, dimana peneliti melakukan studi literatur pada jurnal-jurnal dan artikel ilmiah terdahulu sebagai sumber referensi dalam penelitian yang dilakukan. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan strategi pengembangan produk yang dilakukan PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Kesadaran terhadap Kepatuhan Hukum

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa PT. Indofood Sukses Makmur Tbk memiliki kesadaran hukum yang tinggi dalam strategi pengembangan produk yang dilakukan. Perusahaan sangat paham dengan adanya kesadaran hukum yang tinggi akan menjaga reputasi perusahaan, kelayakan konsumen, dan menghindari adanya sanksi hukum pidana. Untuk mencapai kepatuhan hukum, perusahaan telah memberlakukan peraturan dan prosedur yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh aparat penegak hukum baik di dalam negeri maupun luar negeri.

Selain patuh hukum, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk juga melakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala serta menjalin kerjasama yang baik dengan otoritas pengawas makanan dan minuman seperti BPOM untuk memperoleh informasi terbaru tentang perubahan kebijakan dan peraturan yang berpotensi mempengaruhi penjualan produk makanan dan minuman mereka.

Dengan adanya kesadaran hukum dan pemantauan berkala serta kerjasama dengan pihak BPOM, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk tentu memastikan bahwa semua tahapan dalam pengembangan produk yang mereka lakukan telah mematuhi regulasi hukum yang berlaku. Hal ini bertujuan untuk menjaga keamanan dan kualitas produk yang dihasilkan. Apabila produk yang dihasilkan sudah lulus uji tes dan layak untuk dikonsumsi maka akan segera diperjualbelikan ke banyak negara.

b. Penetapan Regulasi Pangan

PT. Indofood Sukses Makmur Tbk sangat menjunjung tinggi regulasi pangan yang berlaku dan memastikan bahwa produk yang mereka jual telah memenuhi standar kebersihan, keamanan, kualitas yang telah ditetapkan oleh departemen pangan.

Dalam proses produksinya, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk melakukan perilaku yang sangat selektif dalam memilih bahan baku dengan memastikan bahwa bahan baku yang dipilih memiliki kualitas unggul dan sesuai dengan standar keamanan yang ditetapkan departemen pangan. Pemilihan bahan baku ini menjadi langkah awal yang sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang diperjualbelikan nantinya telah memenuhi standar keamanan yang ditetapkan. Karena perlu diketahui produk yang diperjualbelikan tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat lokal tetapi juga oleh banyak negara mengingat PT. Indofood Sukses Makmur Tbk telah memasarkan produknya hingga ke mancanegara.

Kemudian selain memperhatikan proses produksi dan bahan baku, perusahaan juga melakukan kontrol yang cermat selama proses produksi dengan memastikan cara dan prosedur

yang dilakukan telah memenuhi standar yang berlaku. Terakhir, PT. Indofood juga sangat memperhatikan terkait labelisasi produk. Mereka memastikan bahwa informasi kadar nutrisi, tanggal kadaluwarsa, dan lainnya ditulis dengan jelas pada kemasan produk. Hal ini penting untuk memberikan data yang valid pada konsumen serta memenuhi persyaratan hukum tentang labelisasi produk pada makanan dan minuman.

Dengan memastikan bahwa produk mereka terjaga kualitas, keamanan dan kebersihannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk telah bertanggungjawab untuk melindungi konsumennya dari resiko yang mungkin muncul akibat produk yang tidak aman. Mereka menjaga reputasi dan kelayakan konsumen dengan patuh terhadap regulasi hukum yang ditetapkan. Dengan menjaga reputasi dan kelayakan konsumen baik di dalam maupun luar negeri secara penuh akan meningkatkan kepercayaan mereka untuk melakukan pembelian suatu produk

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa PT. Indofood Sukses Makmur Tbk telah melakukan kepatuhan hukum yang sangat baik dalam strategi pengembangan produk mereka. Perusahaan mengakui pentingnya mematuhi regulasi hukum yang berlaku untuk menjaga kebersihan, keamanan, kualitas produk, reputasi dan loyalitas perusahaan. PT. Indofood juga sadar dengan patuh pada hukum maka konsumen baik di dalam maupun luar negeri akan merasa dilindungi.

Adapun bentuk kepatuhan hukum yang dilakukan adalah dengan melakukan kebijakan dan prosedur yang telah ditetapkan oleh aparat hukum. Kemudian PT. Indofood Sukses Makmur Tbk juga melakukan evaluasi secara berkala dan melakukan kerjasama dan komunikasi yang baik dengan BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan). Kesemuanya dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga produk makanan minuman yang mereka jual serta meningkatkan kepercayaan konsumen lokal maupun luar negeri untuk membeli produk yang diperjualbelikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Fatimah, S. (2022). Aspek-Aspek Hukum dalam Dunia Bisnis . *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 611.
- Gijoh, L. G. (2021). Implementasi Hukum dalam Kontrak Bisnis Internasional. *Jurnal Lex Et Societatis*, 112-113.
- Jeffry. (2023). Analisa Penerapan Etika Bisnis dalam Bisnis Internasional Pada Perusahaan Indofood. *Jurnal Mirai Management* , 323.
- Soesanto, E. (2023). Analisis Pengaruh K3 Terhadap Sistem Manajemen Sekuriti pada PT. Indofood Tbk. *Jurnal Indonesian of Multidisciplinary*, 411.
- Wijaya, T. (2018). Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Studi Pada Tape "Wangi Prima Rasa: di Binakal Bondowoso). *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 89-90.
- Wulandari, J. A. (2023). Legal Compliance in Product Development Strategy of PT. Indofood Sukses Makmur Tbk: A Qualitative Study in The Food and Beverage Industry. *Jurnal Pijar Studi Manajemen dan Bisnis*, 392-397.