

ABSTRACT

During Jokowi's Presidency, Indonesia's foreign policy experienced a shift toward greater focus on economic diplomacy and greater engagement with non-traditional markets such as African countries. Among African countries, with the continent's largest population and one of its largest economies Nigeria stands as one of the non-traditional markets Indonesia sought to build deeper economic relations with. Notably, there's one Indonesian company in particular which has found great success in Nigeria, namely Indofood. One of Indofood's flagship products, Indomie, is one that is well known and beloved in Nigeria, the brand dominating the country's large and growing instant noodle market. With Indofood's success in the Nigerian market, it should be one of the government's interests to support Indofood's business in Nigeria, with economic diplomacy being one of the most important tools in which Indonesia can achieve that, specifically commercial diplomacy, as it's the form of economic diplomacy most concerned with supporting businesses abroad. While during Jokowi's Presidency Indonesia has indeed increased its commercial diplomacy, there are still shortcomings.

Keywords: economic diplomacy, Indonesia, Nigeria, Indofood, commercial diplomacy

ABSTRAK

Dalam masa kepresidenan Jokowi, kebijakan luar negeri Indonesia mengalami perubahan yang dimana terdapat lebih banyak fokus pada diplomasi ekonomi dan meningkatkan hubungan dengan pasar-pasar non-tradisional seperti negara-negara Afrika. Diantara negara-negara Afrika, dengan jumlah penduduk paling tinggi dan salah satu ekonomi paling besar di Afrika, Nigeria merupakan salah satu pasar non-tradisional yang Indonesia ingin didalamkan hubungan ekonominya. Di Nigeria, sudah ada contoh perusahaan Indonesia yang sukses di negara tersebut, yaitu Indofood. Salah satu produk utama Indofood, Indomie, merupakan merek yang sangat populer dan dicintai oleh warga Nigeria, dimana Indomie mendominasi pasar mi instan Nigeria yang besar dan masih berkembang. Dengan kesuksesan Indofood di Nigeria, mendukung bisnis Indofood di Nigeria semestinya menjadi salah satu kepentingan pemerintah Indonesia, dengan diplomasi ekonomi sebagai alatnya, dan lebih tepatnya lagi dengan diplomasi komersial yang berfokus pada mendukung bisnis di luar negeri. Meski pada masa kepresidenan Jokowi Indonesia meningkatkan kegiatan diplomasi komersialnya, masih terdapat beberapa kekurangan.

Kata kunci: diplomasi ekonomi, Indonesia, Nigeria, Indofood, diplomasi komersial