

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Kehadiran MNCs merupakan bagian dari dampak terjadinya globalisasi yang berkembang di dunia. MNCs yang dulu dikuasai oleh negara maju kini telah mengalami perubahan sebagai hasil dari globalisasi ekonomi dunia, dan dibuktikan dengan hadirnya MNCs yang berasal dari negara berkembang. Hal tersebut juga turut dialami oleh Indonesia, dikenal sebagai negara berkembang yang dulu mungkin hanya bisa menjadi *host country* dari MNCs asing. Kini seiring pesatnya perkembangan teknologi serta globalisasi ekonomi yang tidak membatasi hubungan ekonomi antar negara memberi kesempatan bagi Indonesia untuk turut berpartisipasi di pasar internasional melalui MNCs nasional. Dalam melancarkan kiprah MNCs nasional di pasar internasional maka PT. Telin menerapkan strategi penetrasi pasar sebagai salah satu faktor pendorong upaya perusahaan sukses diterima di negara asing. Hal ini terbukti berhasil diterapkan di wilayah Hong Kong, yaitu merupakan salah satu negara *subsidiaries* Telin. Menggunakan strategi penetrasi pasar dari Igor Ansoff membuat Telin saat ini dapat menjalani kegiatan bisnis telekomunikasi di Hong Kong hingga saat ini. Dan dengan keberhasilan Telin ini maka dapat membantu peneliti menjawab pertanyaan penelitian yang diajukan oleh penulis.

Menjadi salah satu perusahaan MNCs nasional, PT. Telin yang bergerak di bidang telekomunikasi berada dibawah naungan PT. Telkom Grup yang dikenal sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar milik negara Indonesia. Saat ini Telin telah memiliki total 8 *subsidiaries* dan berada di 8 negara, produk-produk yang dipasarkan di pasar internasional berupa jaringan telekomunikasi seperti satelit, sistem kabel bawah laut, menara BTS, dan layanan telepon selular. Dalam memasarkan produknya Telin turut bekerjasama dengan perusahaan telekomunikas

layanan jasa selular asal Indonesia yaitu telkomsel. Keberhasilan Telin dalam menembus pasar internasional tidak hanya berhenti sampai di 8 negara dan tetap akan berupaya untuk memasuki pasar telekomunikasi di negara lainnya.

Keberhasilan Telin berkiprah di pasar telekomunikasi internasional tidak dapat lepas dari perkembangan telekomunikasi yang terjadi di negara Indonesia sendiri. Kebutuhan telekomunikasi yang dibutuhkan setiap negara tak terlepas Indonesia salah satunya membuat persaingan perusahaan telekomunikasi di negara ini pun semakin ramai dengan kemunculan perusahaan-perusahaan telekomunikasi lain yang bersaing dalam teknologi layanan telekomunikasi selular. Peraturan terkait telekomunikasi pun dibuat berdasarkan situasi pasar telekomunikasi dalam negeri sehingga menjaga situasi pasar tetap aman. Persaingan yang terjadi di pasar telekomunikasi Indonesia serta kemunculan-kemunculan perusahaan telekomunikasi lain membuat Telin menyadari posisi perusahaan mereka dan belajar melalui pengalaman perusahaan lain sehingga perusahaan dapat meningkatkan kinerja layanan baik di pasar internasional maupun nasional.

Faktor-faktor yang menyebabkan wilayah Hong Kong dipilih oleh Telin sebagai lokasi tujuan pengembangan ekspansi pemasaran produk telekomunikasi Telin. Pertama, Hong Kong memiliki situasi persaingan pasar telekomunikasi yang kompleks, yang menawarkan berbagai jenis bidang layanan serta produk telekomunikasi dari banyaknya perusahaan telekomunikasi yang beroperasi di wilayah tersebut. Namun sebagai wilayah perdagangan bebas yang menarik banyak minat masyarakat lain untuk menetap maupun berkunjung ke Hong Kong membuat target pasar telekomunikasi selalu bertambah jumlahnya, sehingga menyediakan target pasar bagi masing-masing perusahaan telekomunikasi tersebut. Telin bersaing dengan perusahaan-

perusahaan telekomunikasi milik swasta maupun milik pemerintah, membuat Telin harus selalu berinovasi untuk menarik jumlah pengguna layanan produk yang dipasarkan di wilayah tersebut

Faktor kedua dan merupakan faktor terutama mengapa Telin memilih Hong Kong sebagai pilihan tujuan perluasan ekspansi perusahaannya karena kehadiran TKI yang mencapai jumlah ribuan jiwa. Menjadikan potensi produk Telin diterima oleh setidaknya TKI yang bekerja di Hong Kong lebih besar, dan dibuktikan dengan jumlah pengguna produk “Kartu AS 2in1” yang berjumlah 4.000 pelanggan dan bertambah di tahun selanjutnya kemungkinan dapat merambah pada target pasar masyarakat lokal Hong Kong itu sendiri. Kehadiran Telin dengan produk layanan jasa telekomunikasi seluler di wilayah Hong Kong selain untuk mencari keuntungan di pasar internasional, tetapi Telin juga berupaya produk yang ditawarkan dapat memberi kemudahan bagi kehidupan TKI di Hong Kong.

Faktor ketiga yang menjadikan Hong Kong pilihan Telin untuk berkeekspansi seperti yang telah disinggung sebelumnya terkait posisi administratif Hong Kong. Dikenal sebagai wilayah yang menganut perdagangan bebas dan pemerintah Hong Kong yang sedang gencar mencari investasi asing dari negara-negara selain negara maju memberikan kemudahan berinvestasi bagi negara asing di pasar internasional Hong Kong. Kemudahan investasi tersebut ditunjukkan dengan penghapusan halangan perdagangan, penghapusan tariff, serta penghilangan pajak-pajak di beberapa ketentuan tertentu. Selain itu Hong Kong juga tidak membatasi bidang apa saja yang dapat dijadikan tujuan berinvestasi perusahaan asing di wilayahnya, hal ini semakin menarik minat investor asing untuk menanamkan modalnya ataupun membuka perusahaannya di Hong Kong. Keuntungan lain yang dirasakan para investor asing adalah dimana Hong Kong mengizinkan kepemilikan asing hingga 100 persen. Namun seperti negara lainnya wilayah Hong Kong juga memiliki peraturan-peraturan yang mengatur sistem perusahaan dan batasan-batasan

yang dimaklumi oleh pemerintah, tetapi peraturan serta batasan tersebut dinilai pihak investor asing masih sangat fleksibel dibandingkan dengan peraturan dan batasan yang ditetapkan oleh negara lain contohnya Cina.

Faktor keempat dan terakhir mengapa Hong Kong menjadi wilayah pilihan ekspansi Telin dikarenakan reputasi Hong Kong sebagai wilayah perdagangan internasional di wilayah Asia Timur, membuat Telin melihat potensi Hong Kong sebagai batu loncatan untuk memasuki pasar layanan telekomunikasi selular di negara Asia Timur lainnya. Hong Kong yang menjadi hub perdagangan internasional membuat keputusan Telin memilih negara ini semakin tepat karena secara tidak langsung Telin dapat mempromosikan nama perusahaan serta produk perusahaan agar lebih dikenal oleh perusahaan-perusahaan dari negara lain khususnya wilayah Asia Timur. Sehingga seiring berjalannya waktu Telin dapat membawa bisnis telekomunikasi negara Indonesia ke pasar internasional negara lainnya bermodalkan nama baik perusahaan yang dijaga selama menjalani usahanya di Hong Kong. Hal ini terbukti dengan keberhasilan Telin Hong Kong untuk mendirikan dua *subsidiaries* di wilayah Macau dan Taiwan.

Saran penulis terkait hasil dari penelitian yang telah dilakukan baik bagi perusahaan maupun pemerintah Indonesia, adalah terus mengembangkan inovasi produk telekomunikasi agar kelak target pasar Telin tidak hanya sebatas masyarakat Indonesia tetapi juga masyarakat lokal negara tujuan. Dengan demikian memilih negara tujuan ekspansi tidak perlu mempertimbangkan faktor keberadaan TKI tetapi faktor kesamaan situasi pasar negara tujuan dengan Indonesia dapat menjadi faktor baru pemilihan negara tujuan ekspansi. Sedangkan bagi pemerintah Indonesia dengan penelitian terhadap Telin selaku MNCs nasional yang berhasil berkiprah di pasar telekomunikasi internasional membuktikan bahwa Indonesia memiliki potensi untuk menciptakan MNCs lainnya di bidang yang beragam untuk menembus pasar internasional.

Hubungan baik yang dijalin pemerintah Indonesia dengan negara-negara lainnya merupakan langkah awal yang baik untuk meninggalkan kesan dan meningkatkan hubungan baik antar negara, namun dengan dukungan pemerintah terhadap menciptakan MNCs nasional lainnya maka langkah pemerintah menjalin hubungan baik dengan negara lain dapat berdampak pada kelancaran MNCs nasional lainnya saat akan melakukan penetrasi pasar di negara-negara internasional.

Demikian hasil penelitian penulis terhadap faktor Telin memilih Hong Kong sebagai negara tujuan ekspansi perusahaan. Masih terdapat banyak kekurangan yang dilakukan peneliti dalam penelitiannya, sehingga kritik dan saran diterima oleh penulis secara terbuka. Semoga hasil penelitian penulis saat ini dapat mengarahkan peneliti lainnya untuk melakukan penelitian mendalam guna menyempurnakan pengetahuan pembaca terkait topik penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Halwani, Hendra. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Bogor : Ghalia Indonesia, 2005.
- Head, Keith. *Elements of Multinational Strategy*. Canada : University of British Columbia, 2004.
- Jened, Rahmi. *Teori dan Kebijakan Hukum Investasi Langsung (Direct Investment)*. Kencana, 2016.
- Larsson, Tomas. *The Race to the Top : The Real Story of Globalization*. Washington D.C : The Cato Institute, 2001.
- Lazarus, A.A. *Multinational Corporations*. Columbia Business School, 2001.
- R, Jones . *Space Multiplexed Electrochemical Telegraph*. Harvard University. 2010
- Scholte, J.A. *Global Trade and Finance dalam The Globalization of World Politics : An Introduction to Internasional Relations*. New York : Oxford University Press, 2001.
- Simon, Berry. *The Technology, Media, and Telecommunications Review*. London : Law Business Research Ltd, 2012.
- Travis Brown. *Historical First Patents: the first United States patent for many Everyday Things*. University of Michigan : Scarecrow Press, 1994.
- Viotti, Paul. R dan Mark V. Kauppi. *Internasional Relations Theory : Realism, Pluralism, Globalism, and Beyond*. Needham Heights : Allyn & Bacon, 1998.

Jurnal

- Akram, Mohammed. "Globalization and Its Impacts on The World Economic Development". *International Journal of Business and Social Science*.
- .Chen, Shin-Horng. "Telecommunications Liberalization A Taiwanese Perspective", (University of Chicago Press,2000)
- EY Team, *Global Telecommunications Study : Navigating the Road to 2020*.
- Shangquan, Gao. *Economic Globalization : Trends, Risks, and Risk Prevention*. New York : United Nations Development of Economic and Social Affairs, 2000
- Tinjauan Industri Telekomunikasi di Indonesia. Telkom Indonesia.

Artikel di Internet

- Awaludin. Indonesia harus rebut kembali saham PT Telkomsel Tbk. Dipublikasikan pada tanggal 26 November 2014. Diakses pada <http://www.antarane.ws.com/berita/466276/indonesia-harus-rebut-kembali-saham-pt-telkomsel-tbk>
- Hadi Suprpto. Ingin Investasi di Hong Kong, Ini Sektornya. Dipublikasikan pada tanggal 17 Februari 2012. Diakses pada <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/288961-ingin-investasi-di-hong-kong-ini-sektornya>.
- Eni Prihtiyani. RI-Hongkong Tingkatkan Kerja Sama Promosi Perdagangan. Dipublikasikan pada 29 Februari 2012. Diakses pada <http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2012/02/29/10452024/RI.Hongkong.Tingkatkan.Kerja.Sama.Promosi.Perdagangan>.
- Eva Martha Rahayu. Lika-Liku Transformasi di XL Axiata. Dipublikasikan pada tanggal 4 Februari 2015. Diakses pada <http://swa.co.id/swa/trends/management/lika-liku-transformasi-di-xl-axiata>.
- Rini Utami. Menaker sambangi TKI Hong Kong dan Makau. Dipublikasikan pada 22 Agustus 2015. Diakses pada <http://www.antarane.ws.com/berita/513847/menaker-sambangi-tki-hong-kong-dan-makau>.
- Rista Rama Dhany. Cukup Modal Rp 1.700 Sudah Bisa Bikin Perusahaan di Hong Kong. Dipublikasikan pada 7 Agustus 2015. Diakses pada <http://finance.detik.com/ekonomi-bisnis/2986130/2>.
- Royke Sinaga. Telkom perluas bisnis ke Taiwan dan Macau. Dipublikasikan pada tanggal 10 Juni 2013. Diakses pada <http://www.antarane.ws.com/berita/379371/telkom-perluas-bisnis-ke-taiwan-dan-macau>.
- Safyra Primadhyta. Bidik Ekspor US\$967 juta, 25 UKM Pamer Kerajinan di Hong Kong. Dipublikasikan pada 27 April 2015. Diakses pada <http://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20150427153152-92-49523/bidik-ekspor-us-967-juta-25-ukm-pamer-kerajinan-di-hong-kong>.
- Susetyo Dwi Prihadi. Cerita di Balik Pergantian Nama Indosat Ooredoo. Dipublikasikan pada tanggal 19 November 2015. Diakses pada <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151119144444-213-92736/cerita-di-balik-pergantian-nama-indosat-ooredoo/>

Website

<https://www.gatra.com>

<https://www.xl.co.id/corporate/id>

<https://indosatooredo.com/id/about/indosat/corporate-profile/strategi-perusahaan>

<https://www.telkomsel.com/history-milestones>

<https://www.axiata.com/corporate/group-profile>

https://hkt.chinamobile.com/en/about_us/corporate-overview.html

<https://chinatelecomglobal.com/aboutus/intro.html>

https://smartone.com/en/about_us/our_company/milestones/index.jsp.html

<https://kemlu.go.id/hongkonh/id/pages/Hong%20Kong.aspx>

<https://buruhmigran.or.id>

<https://bltkln.disnakertrans.jabarprov.go.id/index.php/news/read/hongkong-butuh-2000-tki-pengasuh-lansia>

<https://www.bps.go.id>

<https://www.bnp2tki.go.id>

<https://telkom.co.id>

<https://intra.telkom.co.id>

<https://www.lexmundi.com>

<https://www.internetworldstats.com/asia/mo.htm>