

BAB II

DINAMIKA INDUSTRI TELEKOMUNIKASI DI CHINA

A. Perkembangan Industri Telekomunikasi di China

Kemajuan teknologi komunikasi informasi tidak bisa disangkal sangat terkait dengan kemajuan yang dicapai oleh RRC, negara berpenduduk 1,4 miliar orang. Daratan China menjadi basis manufaktur dan pasar konsumen ponsel terbesar di dunia.

Generasi baru inovator yang tumbuh di dalam negeri mulai menggantikan para pakar yang sebelumnya hanya bermodal meniru. Kalangan muda berbakat di China lebih banyak jumlahnya dibandingkan dengan populasi yang sudah didanai perusahaan modal ventura domestik. Kreasi dan inovasi mereka dapat dengan mudah ditemukan pada produk macam ponsel, chip, layanan e-commerce, dan perangkat lunak lainnya. Bila demikian benar apa yang dikatakan Rebecca A. Fannin dalam bukunya *Silicon Dragon, Bagaimana China Memenangkan Perlombaan Teknologi*. Di situ dia menggambarkan bahwa Si Panda kini mirip Swiss ketika mencontek pembuatan jam tangan AS pada awal abad ke-20. Dari seorang peniru menjadi inovator tangguh berwawasan jauh ke depan.

Begitu bersemangatnya wirausahawan yang bergerak di bisnis teknologi informasi berbisnis sampai-sampai pada 2006 China mencatat tingkat pertumbuhan tercepat dunia untuk aplikasi paten baru, melonjak 56% menjadi 3.910, berada di peringkat ke-8 dunia. Memang masih tertinggal dibandingkan dengan AS yang membukukan hampir 51.000 aplikasi

paten. Peningkatan tersebut antara lain dilatarbelakangi kebijakan lima tahun pemerintahan Hu Jintao untuk menjadikan inovasi teknologi tinggi menjadi landasan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial serta sumber utama kemakmuran pada abad ke-21.

Revolusi teknologi yang sedang berlangsung di negara itu kontan membuat bisnis bergairah. Saat ini lebih dari 65 perusahaan China mencatatkan sahamnya di Nasdaq dan Wall Street. Sebelum 1999 tidak ada satu pun korporasi asal Negeri Panda yang bermimpi bisa jualan di pasar modal AS. Lebih khusus lagi, sebanyak 31 perusahaan membuat debut publiknya di AS pada 2006 dan paruh pertama 2007 dengan kapitalisasi pasar sedikitnya US\$1 miliar. Singkat kata, bursa sedang menggeliat. Jumlah investor di bursa saham China mencapai hampir 100 juta pada pertengahan 2007. Hal itu terjadi ketika para pengemudi taksi, ibu rumah tangga, dan pensiunan berlomba menjadi kaya lewat pasar modal. Ini mengesankan mengingat pemerintah negara itu baru membuka kembali bursa lokalnya pada 1991.

Ujung-ujungnya, China dalam angka sungguh luar biasa. Negara itu memiliki pengguna ponsel terbesar di dunia, yaitu lebih dari 500 juta, pengguna Internet terbanyak kedua (lebih dari 165 juta), dan memiliki dua dari 10 situs jejaring ternama dunia, tidak hanya itu, ia juga menguasai 24% produksi semikonduktor dunia dan diperkirakan menguasai sepertiga pasar global pada tahun depan. Para produsen chip papan atas seperti Semiconductor Manufacturing International Corp, yang sudah mencatatkan sahamnya di Wall Street, memproduksi sedikitnya 7% chip dunia. Tidak heran bila para pemodal ventura papan atas semacam Sequoia Capital dan Kleiner Perkins Caufled Byers kerap terbang ke Negeri Tirai Bambu untuk mengendus para penerus Google, Skype atau Hotmail. Padahal, beberapa tahun lalu para raksasa tersebut jarang

pergi keluar radius 200 mil dari markas mereka di Atherton, Hillsborough, dan Woodside di San Mateo County, California¹

Industri telekomunikasi di Cina mempunyai potensi pasar yang luar biasa. bahkan di china sendiri Handphone sudah menjadi barang premier yang di butuhkan semua warga china Saat ini Dari jumlah penggunaan, China adalah pengguna ponsel terbesar di dunia dengan beberapa juta orang di antaranya memiliki beberapa buah ponsel untuk keperluan pribadi dan bisnis. Pada awal tahun ini, pengguna ponsel yang tercatat pada operator lokal mencapai 592 juta pelanggan². Bahkan, beberapa analis memperkirakan bahwa pada tahun 2010 pelanggan 3G di Cina akan mencapai level 150 juta pelanggan.

China menggalakkan industri telekomunikasi dengan meluncurkan handphone-handphone berkualitas yang mempunyai banyak kelebihan fitur-fitur dan kecanggihan dibandingkan handphone dari negara-negara lainnya tetapi memiliki harga yang relatif jauh lebih murah daripada handphone dari negara lainnnya sebagai strategi *soft power*nya.

Kekuatan China, dalam membuat ponsel dan jumlah penggunaanya, mampu membangun dan sekaligus menjatuhkan merek apa pun yang dijual di daratan China. Operator ponsel dengan

¹ Muhammad sufyan, *Lilitan Sang Naga*, Jakarta, 03 Jan 2010, Bataviase .co.id, di akses 27 juli 2010

² [Chris Pearson](#), *eknologi Ponsel China Makin Menggairahkan, Bermutu dan Murah Dibanding Yang Lain*, Jakarta, September 12, 2008, www.WordPress.com. di akses 20 mei 2010.

skala seperti China Mobile, misalnya, dengan lebih dari 400 juta pelanggan dengan mudah akan mendikte merek ponsel yang ingin dipasarkan.

China pun mampu memberikan dampak serius terhadap portfolio investasi teknologi komunikasi, seperti teknologi 3G. Dengan mudah, China menolak penggelaran teknologi 3G dan memaksa investor dan pengembang teknologi ini mengikuti standar yang diinginkan China.

Yang tidak kalah menarik, selain sebagai pasaran konsumen ponsel, China juga memproduksi ponsel secara masif menghadirkan berbagai merek lokal yang mulai digemari konsumen lokal maupun luar negeri, termasuk Indonesia. Di daratan China ada merek-merek yang sama sekali baru, seperti K-touch, Gionee, Huawei, ZTE, Spansion, Qimonda, Amoy, Elitek, dan puluhan lainnya, menyaingi merek-merek ternama seperti Nokia, Motorola, atau Sony Ericsson³.

Menyadari potensi ini, maka pemerintah Cina berencana untuk menerbitkan lisensi bagi layanan wireless 3G. Lisensi yang diterbitkan akan mencakup bagi tiga standar utama di dunia, antara lain yang dikembangkan Cina sendiri, yakni standar TD-SCMA, juga standar internasional lainnya yakni CDMA 2000 dan WCDMA. Standar TD-SCMA sendiri diperkirakan akan dirilis pada awal tahun 2009, sementara untuk kedua standar lain belum diketahui kapan pendistribusiannya. WCDMA adalah standar yang banyak digunakan di Eropa, Jepang dan Asia, sementara itu CDMA 2000 umumnya digunakan di Amerika⁴.

³ Ibid

⁴ ,Cina Akan Keluarkan Lisensi 3G Bagi Pasar Telekomunikasi Terbesar Dunia ,Jakarta, Januari 2009
www.Vibizportal.com,di akses 20 april 2010

Lisensi 3G yang mereka terbitkan semakin memberikan keuntungan bagi perusahaan-perusahaan telekomunikasi baik Cina maupun dunia. Perusahaan telekomunikasi Cina yang sudah berinvestasi sesuai standar layanan Cina tentunya akan memperoleh manfaat, misalnya ZTE dan HuaWei. Selain itu, dengan mengembangkan standar telekomunikasi sendiri, maka perusahaan Cina tidak perlu membayar biaya royalti dan paten yang mahal atas penggunaan teknologi asing⁵.

Hal ini menjadi menjadi salah satu poin plus bagi china yang perusahaan-perusahaan besar mereka seperti ZTE, Nexian, Huawei, China Telecom, China Netcom, dan lain sebagainya sudah berhasil Go internasional dan mulai menunjukkan eksistensinya di salam perdagangan internasional.

Salah satu Raksasa Telekomunikasi di China yaitu Perusahaan ZTE telah mengumumkan hasil tahunan untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2009. Berdasarkan HKFRS, ZTE telah membukukan pendapatan sekitar USD 8,820.7 juta pada tahun 2009, menunjukkan peningkatan sebesar 36,08% dari tahun 2008. Laba bersih sebesar USD 359,7 juta, meningkat sebesar 48,06% dari tahun 2008. Pendapatan dasar per saham sebesar USD 0,21. Pada tahun 2009, arus kas bersih dari aktivitas operasi per saham adalah sebesar USD 0,28.

Berdasarkan laporan tersebut, ZTE memperoleh pertumbuhan pendapatan yang stabil dan sehat, serta terdepan di antara para manufaktur utama dalam hal kecepatan pertumbuhan dan diwaktu yang bersamaan secara tajam mempersempit kesenjangan yang mencolok dengan industry yang telah menjadi trendsetter. Selain itu, ZTE telah mempromosikan kehandalan

layanan produk-produknya pengiriman dan mewujudkan arus kas yang kuat serta mengusulkan distribusi keuntungan atau kapitalisasi cadangan modal.

Sepanjang tahun ini, pendapatan Kelompok Usaha dari operasional domestik mencapai sebesar USD 4.449,6 juta, yang berarti pertumbuhan dari tahun ke tahun sebesar 74.04%. Pembangunan dari jaringan 3G sangat didukung oleh pemerintah sebagai penggerak baru pertumbuhan ekonomi. Dengan memanfaatkan kesempatan penuh yang ditawarkan konstruksi 3G secara nasional, ZTE Grup muncul sebagai pemasok terbesar peralatan jaringan 3G di Cina, seiring dengan dominasi dalam tender-tender konstruksi jaringan dari 3 operator terkemuka dan mengembangkan kemitraan strategis yang positif dan berimbang dengan 3 operator besar tersebut. Sementara itu, penjualan yang kuat dilaporkan untuk TD-SCDMA, CDMA dan XPON⁶.

Untuk saat ini, persaingan telekomunikasi di Cina belum terbuka 100% untuk asing. Hingga kini, hanya perusahaan lokal Cina yang diizinkan untuk memberi layanan telekomunikasi seluler. Sehingga kebijakan proteksi ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan telekomunikasi lokal Cina yang akan bisa mengenakan tarif lebih tinggi untuk layanan 3G yang diberikannya. Yang artinya, potensi penjualan dan laba yang lebih besar

. Namun, perusahaan asing juga masih mempunyai peluang dalam mengambil ceruk pasar. Misalnya, dengan berinvestasi pada jaringan maupun peralatan/perlengkapan. Intinya, pasar Cina merupakan pasar yang menggiurkan baik bagi perusahaan lokal Cina maupun asing.

⁶ , [ZTE Corporation Mengakhiri Tahun 2009 dengan Pendapatan Lebih dari USD 8,820.7 Juta](#), Jakarta, April 2010

Namun kini, pemerintah Cina belum memberikan pengumuman mengenai produsen maupun provider mana yang akan diizinkan untuk memberikan penawaran/layanan.

B.Kebijakan Industri telekomunikasi di china

Mengingat kemampuan China yang telah terbukti dalam menaklukkan pasar ekspor dunia satu demi satu, ini kembali pada pertanyaan dasar kita: Bagaimana pengaruh China sehingga bisa muncul sebagai “pusat pabrikan” (*factory floor*) dunia? Jawabannya terletak dalam “harga China” tadi. Kesembilan “penggerak” utama harga China adalah sebagai berikut:

1. Pekerja/buruh berupah rendah dan berkualitas tinggi yang sangat disiplin, berpendidikan cukup, dan tidak ada serikat buruh;
2. Peraturan kesehatan dan keselamatan kerja yang belum maksimal;
3. Penegakan dan (kesadaran hukum) lingkungan yang masih longgar;
4. Peran FDI;
5. “Gugus jaringan (*network clustering*) yang sangat efisien dalam proses industri;
6. Kampanye melawan pembajakan yang masih rendah;
7. Devaluasi mata uang *yuan* secara terus-menerus;
8. Subsidi pemerintah secara besar-besaran terhadap beberapa industri yang ditentukan; dan
9. Hambatan perdagangan proteksionis “Tembok Besar”.

II.I. Pekerja/Buruh Berupah Rendah dan Berkualitas Tinggi yang Sangat Disiplin, Berpendidikan Cukup, dan tidak ada Serikat Buruh

Upah buruh di China per jamnya kira-kira di bawah 1 USD. Angka ini sama rendahnya bahkan relatif lebih tinggi dibanding negara-negara lain seperti Republik Dominika, Nikaragua, Bangladesh, Pakistan, Birma, Kamboja, dan Vietnam. Walaupun tingkat upahnya lebih rendah dan kondisi pekerjaannya sama buruknya, tidak satu pun di antara negara-negara tersebut yang dapat bersaing secara efektif dengan China. Para pekerja China mempunyai pendidikan yang relatif lebih baik dan berdisiplin tinggi. Di samping itu, China memiliki buruh yang menganggur penuh dan setengah menganggur yang jumlahnya hampir sebanyak orang yang dipekerjakan seluruh Amerika. Kenyataan itu ditambah dengan fakta bahwa keberadaan serikat buruh memang dilarang di China. Dalam perspektif yang benar, ini berarti bahwa dalam tingkat global

produktivitas tinggi dan “pasukan cadangan” pekerja China tersebut menawarkan segudang peluang bagi para investor dan industrialis dunia.

II.II. Peraturan Kesehatan dan Keselamatan Kerja yang Belum Maksimal, serta Kesadaran Hukum Lingkungan yang Masih Rendah

Pemerintah China hanya memberlakukan beberapa peraturan kesehatan dan keselamatan kerja terhadap BUMN-BUMN yang masih tersisa. Bahkan aturan-aturan yang sudah dibuat hanya ditegakkan dengan lemah, dihindari, diabaikan, dan bersifat simbolik semata (sekadar formalitas). Perlindungan hak buruh yang diimplementasikan melalui produk hukum jumlahnya sudah cukup komprehensif, akan tetapi sangat kontras dengan praktik konkretnya. Buruh di China cenderung pasif terhadap politik (*politically passive*), dan tunduk pada “hegemoni pasar”.

Maka, tidaklah mengherankan jika minimnya penegakan sistem peraturan dan hukum dasar seperti ini dipandang sebagai keuntungan besar oleh MNC dunia yang selama ini tunduk pada aturan hukum yang sangat ketat di negeri asalnya. Kepakan sayap *laissez faire* China yang dalam konteks ini cenderung berkarakteristik negatif, menarik modal asing datang berbondong-bondong ke pesisir pantai China. Dengan cara ini, negara-negara tetangganya seperti Korea, Jepang, dan Taiwan hingga AS bisa “mengekspor” polusi dan risiko di tempat kerjanya menuju China.

II.III. Peran FDI

Sejak tahun 1983, FDI yang masuk ke China kurang dari 1 miliar USD per tahun sebelum meningkat menjadi 55 miliar USD, dan diproyeksikan mencapai 100 miliar USD setiap tahunnya. Sebagian besar dana itu bersumber dari Hongkong, AS, Jepang, Korea Selatan, Taiwan, Singapura, Virgin Islands, Cayman Islands, Jerman, dan Inggris.

FDI yang masuk ke China itu memungkinkan kelangsungan proses produksi sekaligus alih teknologi tercanggih bagi perkembangan industri China. Dalam bidang SDM, perkembangan pesat di China juga berarti mengundang masuk para manajer kelas dunia, yang secara langsung

atau tidak langsung menyinergikan *lead advantages* buruh murah tapi berproduktivitas tinggi dengan *crème de la crème* manajerial asing.

II.IV. “Network Clustering” ala China

Untuk memproduksi berbagai jenis produk ekspor China, perusahaan-perusahaan yang berlokasi berdekatan secara fisik membentuk jaringan yang sangat sinergis, dan gugus aktivitas yang menghasilkan ekonomi skala (*economy of scale*) serta ekonomi lingkup (*economy of scope*) yang sangat penting. Dalam praktiknya, gugus-gugus jaringan industri itu menjadi penjelmaan modern pabrik peniti Adam Smith yang terkenal itu, di mana pembagian tugas (*division of labor*) yang ekstrem dan efisiensi hiper-ekonomi sama-sama memegang kendali proses industri⁷.

Dengan model seperti ini, banyak daerah, kota, dan puluhan ribu hektar tanah di China yang disulap menjadi tempat-tempat produksi industri. Terjadi penghematan yang sangat besar dalam biaya transportasi, dan sekaligus mempercepat penyebaran pengetahuan dan informasi.

II.V. Pembajakan di China

Masalah pembajakan produk dan penghargaan terhadap hak kekayaan intelektual/hak cipta (HAKI) di China merupakan masalah yang sangat kompleks. Meskipun pemerintah China sudah berulang-ulang kali ditekan dunia internasional agar patuh terhadap standar-standar WTO, China tetap dianggap *uneven and incomplete*, salah satunya terkait isu HAKI ini. Dalam kenyataan di lapangan, praktik pembajakan masih merajalela di China. Salah satu variabel yang bisa menjelaskan masalah ini adalah pesatnya pertumbuhan UKM di China dan kurangnya kontrol pemerintah terhadap aktivitas UKM yang jumlahnya menjamur itu.

II.VI. Devaluasi yuan secara terus-menerus

Negara-negara seperti AS, Jepang, dan Uni Eropa tunduk pada sistem “nilai tukar mengambang” di mana dollar, yen, dan euro ditentukan oleh pasar bebas. Dengan demikian,

⁷ Michael Enright, Edith Scott, dan Ka-Mun Chang, *Regional Powerhouse: The Greater Pearl River Delta and the Rise of China*, (Singapore: John Wiley&Sons, 2005), hlm. 57

ketika suatu negara seperti AS melihat defisit perdagangannya dengan Jepang atau Uni Eropa mengalami kenaikan, nilai dollar akan cenderung jatuh terhadap yen dan euro karena dollar menumpuk di bank-bank luar negeri. Dollar yang melemah ini menyebabkan impor AS menjadi lebih mahal dan ekspor AS lebih bersaing. Menurut teori Neoliberalisme dalam ilmu ekonomi, dengan cara seperti inilah kekuatan-kekuatan pasar bebas dalam pasar mata uang dunia dapat membantu aliran perdagangan global kembali seimbang.

China menganut sistem “nilai tukar tetap” di mana dia mematok nilai mata uangnya (yuan) terhadap nilai dollar AS (US\$). Ini berarti bahwa tidak peduli seberapa besar defisit perdagangan yang dialami AS dengan China, dollar tidak dapat jatuh terhadap yuan. Pematokan tetap ini merupakan salah satu mesin pertumbuhan China yang memberikannya keuntungan besar terhadap negara-negara lain.

II.VII. Subsidi Pemerintah dan Tembok Besar Proteksionisme China

Beberapa bidang usaha yang masih disubsidi pemerintah China, antara lain:

1. Perusahaan listrik dan air;
2. Perusahaan pengolah bahan mentah;
3. Perusahaan transportasi; dan
4. Perusahaan jasa telekomunikasi.

Dengan program subsidi seperti itu, komponen-komponen dasar yang melandasi kegiatan utama industri biayanya sangat murah. Bagi BUMN China yang merupakan sektor-sektor utama perekonomian seperti minyak dan baja, keuntungan tersebut juga masih ditambah oleh adanya lahan gratis yang memang disediakan pemerintah. Selain itu, bank-bank BUMN China juga menyediakan modal dan kredit yang tidak sedikit untuk perusahaan-perusahaan domestik, seperti bidang bioteknologi, elektronik, komputer, mobil, hingga pesawat terbang. Meskipun China

sudah masuk ke dalam keanggotaan WTO secara resmi pada tahun 2001, perjalanan menuju China yang benar-benar mematuhi aturan perdagangan bebas masih panjang.

Untuk memproduksi berbagai jenis produk ekspor China, perusahaan-perusahaan yang berlokasi berdekatan secara fisik membentuk jaringan yang sangat sinergis, dan gugus aktivitas yang menghasilkan ekonomi skala (*economy of scale*) serta ekonomi lingkup (*economy of scope*) yang sangat penting. Dalam praktiknya, gugus-gugus jaringan industri itu menjadi penjelmaan modern pabrik di mana pembagian tugas (*division of labor*) yang ekstrem dan efisiensi hiper-ekonomi sama-sama memegang kendali proses industri⁸.

Dari beberapa kebijakan tersebut, Industri telekomunikasi mendapatkan imbasnya dengan berbagai keuntungan dalam segi kebijakan maupun strategi pengembangan yang mana menyebabkan keuntungan secara finansial bagi China dalam upayanya menggerakkan roda perekonomian dalam industri ini di mana harga produk china lebih murah di bandingkan produk dari negara lainnya.

Selain itu banyak faktor yang mendorong perekonomian Cina sehingga bisa menjadi seperti sekarang ini, dimana dengan pertumbuhan ekonomi rata-rata diatas 7% setiap tahunnya telah mengantarkan Cina sebagai salah satu raksasa perekonomian dunia. Faktor nilai tukar mata uang sudah pasti bukanlah satu-satunya penyebab produk-produk negara dengan populasi terbesar di dunia ini mampu berjaya menguasai pasar dunia

⁸ Denis L. Toruan, "harga china sebagai soft power china", Jakarta, April 2009 <http://sinopaxsinica.blogspot.com>.di akses 2 Februari 2010.

Salah satu hal lain yang lebih penting dari itu adalah faktor apakah yang menyebabkan Cina bisa begitu produktif untuk dapat menghasilkan produk-produk berkualitas yang sangat diterima oleh pasar dunia. Negara-negara G-7 saja bahkan secara terang-terangan merangkul Cina yang saat ini menduduki peringkat keempat dalam perdagangan dunia, di bawah AS, Jerman dan Jepang untuk mau berbagi dan berbicara dalam forum mereka. Ternyata selain karena aliran modal asing dan teknologi tinggi, yang justru sangat menarik dari pengalaman Cina adalah besarnya peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan bisnis swasta daerah yang disebut sebagai Township and Village Enterprises (TVEs) dalam menopang kekuatan eksportnya.

Selain itu kesembilan factor-faktor kesembilan tersebut ada factor lainnya yaitu:

1.Peran Penting TVEs Bagi Perekonomian Cina

Sumbangsih TVEs bagi perekonomian Cina memang tidak bisa disepelekan. TVEs yang semula merupakan perkembangan dari industri pedesaan yang digalakkan oleh pemerintah Cina. Jika pada tahun 1960 jumlahnya hanya sekitar 117 ribu, namun semenjak reformasi tahun 1978 jumlahnya mengalami pertumbuhan spektakuler menjadi 1,52 juta. Apabila dilihat dari sisi penyediaan lapangan kerja, TVEs di akhir tahun 1990-an telah menampung setengah dari tenaga kerja di pedesaan Cina.

Walaupun perkembangan TVEs ini sempat mengalami pasang surut dan tidak merata di seluruh wilayah Cina, namun secara rata-rata mengalami pertumbuhan yang sangat mengesankan. Produksi dari TVEs meningkat dengan rata-rata 22,9 persen pada periode 1978-1994. Secara nasional, output TVEs pada tahun 1994 mencapai 42% dari seluruh produksi

nasional. Sedangkan untuk volume ekspor, TVEs memberikan kontribusi sebesar sepertiga dari volume total ekspor Cina pada tahun 1990-an (Pamuji, 2004).

Dilihat dari sisi perdagangan secara angka di atas kertas memang masih terlihat bahwa ekspor kita masih surplus dibanding Cina. Menurut data yang diperoleh dari Dubes RI di China, bahwa tepatnya sampai dengan 3 Agustus 2004 dilihat dari sudut pandang perdagangan luar negeri China, saat ini Indonesia merupakan negara tujuan ekspor urutan ke-17 dengan nilai 2,66 miliar dollar AS atau 1,03 persen dari total ekspor China yang mencapai nilai 258,21 miliar dollar AS. Indonesia juga menjadi negara asal impor ke-17 bagi China dengan nilai ekspor 3,44 miliar dollar AS (Osa, 2004).

2.Usaha Pemerintah Cina yang Dirintis Sejak Lama

Apa yang sekarang Cina nikmati dari industrinya terutama TVEs merupakan hasil usaha bertahun-tahun. Pada tahun 1986 dipimpin oleh State Science and Technology Commission (SSTC) Cina memperkenalkan Torch Program yang bertujuan untuk mengembangkan penemuan-penemuan dan penelitian-penelitian oleh universitas dan lembaga riset pemerintah untuk keperluan komersialisasi. Hasil yang diperoleh kemudian ditindaklanjuti dengan membuat New Technology Enterprises (NTEs). Selanjutnya SSTC mengembangkan 52 high-technology zones yang serupa dengan research park di Amerika dengan bertumpu pada NTEs tadi (Mufson, 1998). Walaupun NTEs ini bersifat perusahaan berskala besar namun kedepannya memiliki peran sebagai basis dalam pengembangan teknologi untuk industri-industri kecil dan menengah.

Pemerintah China kemudian masih dengan SSTC mengeluarkan kebijakan untuk mendukung TVEs yang disebut sebagai The Spark Plan. Kebijakan ini terdiri dari 3 kegiatan

utama yang berangkaian. Pertama, memberikan pelatihan bagi 200.000 pemuda desa setiap tahunnya berupa satu atau dua teknik yang dapat diterapkan di daerahnya. Kegiatan kedua dilakukan dengan lembaga riset di tingkat pusat dan tingkat provinsi guna membangun peralatan teknologi yang siap pakai di pedesaan. Dan yang ketiga adalah dengan mendirikan 500 TVEs yang berkualitas sebagai pilot project.

Pemerintah China juga berusaha menempatkan diri sebagai pelayan dengan menyediakan segala kebutuhan yang diperlukan oleh industri. Mulai dari hal yang paling essential dalam memulai sebuah usaha yaitu birokrasi perizinan yang mudah dan cepat, dimana dalam sebuah artikel dikatakan bahwa untuk memulai usaha di Cina hanya membutuhkan waktu tunggu selama 40 hari, bandingkan dengan Indonesia yang membutuhkan waktu 151 hari untuk mengurus perizinan usaha.

Tidak ketinggalan infrastruktur penunjang untuk memacu ekspor yang disiapkan oleh pemerintah Cina secara serius. Bila pada tahun 1978 total panjang jalan raya di Cina hanya 89.200 km, maka pada tahun 2002 meningkat tajam menjadi 170.000 km. Untuk pelabuhan, setidaknya saat ini Cina memiliki 3.800 pelabuhan angkut, 300 di antaranya dapat menerima kapal berkapasitas 10.000 MT. Sementara untuk keperluan tenaga listrik pada tahun 2001 saja Cina telah mampu menyediakan sebesar 14,78 triliun kwh, dan saat ini telah dilakukan persiapan untuk membangun PLTA terbesar di dunia yang direncanakan sudah dapat digunakan pada tahun 2009.

3.SDM Terbaik Sebagai Pengusaha

Dalam hal SDM untuk dunia usaha Cina juga tidak tanggung-tanggung dalam mengarahkan orang-orang terbaiknya untuk menjadi pengusaha yang handal. Sejak tahun 1990-an, Cina telah mengirimkan ribuan tenaga mudanya yang terbaik untuk belajar ke beberapa universitas terbaik di Amerika Serikat, seperti Harvard, Stanford, dan MIT. Di Harvard saja, Cina telah mengirimkan ribuan mahasiswanya untuk mempelajari sistem ekonomi terbuka dan kebijakan pemerintahan barat, walaupun Cina masih menerapkan sistem ekonomi yang relatif tertutup. Sebagai hasilnya, Cina saat ini telah memiliki jaringan perdagangan yang sangat mantap dengan Amerika, bahkan memperoleh status sebagai The Most Preferred Trading Partner.

Pemerintah Cina juga membujuk para overseas Chinese scholars and professionals, terutama yang sedang dan pernah bekerja di pusat-pusat riset dan MNCs di bidang teknologi di seluruh penjuru dunia untuk mau pulang kampung dan membuka perusahaan baru di Cina. Mantan-mantan tenaga ahli dari Silicon Valley dan IBM ini misalnya, diharapkan nantinya juga akan dapat mempermudah pembukaan jaringan usaha dengan MNCs ex-employer lainnya yang tersebar di seluruh dunia. Tentu saja bujukan itu dilakukan dengan iming-iming kemudahan dan fasilitas untuk memulai usaha, seperti insentif pajak, kemudahan dalam perizinan, dan suntikan modal⁹.

C. Ekspansi Industri Telekomunikasi China

Perkembangan yang baik dan cepat di dalam industri telekomunikasi di China menghasilkan produksi industri telekomunikasi yang menyebabkan kebutuhan di dalam negeri tercukupi dan imitasi yang baik dilakukan oleh China dengan membuat handphone yang mirip dengan

⁹ Muhammad Subair - *dibalik-kesuksesan-produk-cina-menguasai-pasar-dunia*, Jakarta, January 6, 2010
<http://www.duniacyber.com/di> akses 27 Juli 2010

handphone dari Negara lain yang laku di pasaran sehingga China melihat adanya peluang untuk mengekspor handphone China ke luar negeri dalam memajukan ekonomi dan menambah pendapatan negara.

Kerjasama china dengan Negara-negara lainnya dalam perdagangan internasional menyebabkan produk china dapat di terima di masyarakat Negara lainnya. Di karenakan strategi pemasaran china yang baik seperti “Harga China” dimana merujuk pada kenyataan bahwa produsen barang China dapat secara besar-besaran mengalahkan harga yang ditawarkan oleh para pesaing dari negara lainnya untuk banyak jenis produk dan jasa yang beragam.

Implikasinya dalam bidang bisnis, para investor dunia berlomba-lomba menanamkan sahamnya ke China karena (sangat) rendahnya *cost* yang dikeluarkan demi laba atau *margin* yang semaksimal mungkin dibanding wilayah-wilayah bisnis lainnya di dunia. Strategi ini juga ‘dipersenjantai’ dengan program pembukaan daerah-daerah kantong bisnis China yang menawarkan beragam kemudahan dan fasilitas terbaik. Kantong bisnis semacam ini dikenal dengan Zona Ekonomi Khusus (SEZ). Strategi ini juga berlaku dalam industry telekomunikasi ketika strategi “harga China” ini menjadi fenomenal ketika di ikuti kualitas produk ponsel china berstandar internasional dan juga kerjasamanya dengan operator-operator jasa telekomunikasi di Negara lain yang juga ikut mempengaruhi permintaan dan penawaran posel.

China ibarat ”naga” dengan lidah api yang siap melalap dan melahap pangsa pasar produk teknologi telekomunikasi dunia di karenakan kemajuan ekonomi china yang sangat cepat dan inovasi-inovasi yang di lakukan oleh china yang cukup berhasil menarik masyarakat dunia untuk memakai produk telekomunikasinya. Salah satu perusahaan penyedia solusi jaringan teknologi telekomunikasi di China yang menguasai sebagian pasar dunia adalah

Huawei Technologies Co Ltd. dimana Setelah 20 tahun berkiprah di sektor industri telekomunikasi di China, Huawei Technologies telah melayani 36 operator telekomunikasi dari 50 operator telekomunikasi di dunia dan Pangsa pasar telekomunikasi seluler pada tahun-tahun mendatang akan semakin besar. Produk-produk teknologi telekomunikasi yang inovatif, berkecepatan tinggi, dan layanan yang variatif dan dalam tempo relatif singkat Cina menunjukkan kemampuannya sebagai negara pengeksport dan sekaligus pasar domestik terbesar di dunia untuk telekomunikasi. dan dalam setiap dimensi perekonomian, seperti konsumen, investor, produsen, dan komoditi Konsumen perusahaan Cina selalu memberikan teknologi dan feature terbaru serta terjangkau harganya. Hal ini yang menyebabkan china dapat melakukan ekspansi keluar negeri dalam tujuannya menjadi negara adidaya di dunia.

Selain itu China juga mengadakan kerjasama dengan Negara lain maupun dengan komunitas kawasan regional Negara seperti ASEAN di mana China dan ASEAN selama ini mengadakan suatu kesepakatan berupa upaya promosi bersama dengan apa yang dinamakan "CAEXPO" (China-ASEAN Expo) yang setiap tahun yang selalu diadakan di kota Nanning, China selatan, setiap Oktober. Melalui CAEXPO itu, China dan ASEAN melakukan langkah dan upaya promosi berbagai bidang termasuk investasi disamping berbagai bentuk penandatanganan kerjasama. Total perdagangan China dengan negara-negara anggota ASEAN dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang sangat signifikan dan bahkan akan terus meningkat terkait dengan adanya Kawasan Perdagangan Bebas China-ASEAN (CAFTA). Total perdagangan China-ASEAN tahun 2004 mencapai 105,88 miliar dolar AS dan tahun 2007 sudah mencapai 202,5 miliar dolar AS, atau alami pertumbuhan rata-rata setiap tahunnya sebesar 23,8 persen. Total nilai perdagangan selama 2007 tersebut ternyata mampu mencapai target yang telah

ditetapkan para pemimpin China -ASEAN yang hanya mencapai 200 miliar dolar AS. Bagi China sendiri ASEAN juga telah menjadi pasar ekonomi besar tersendiri karena total volume perdagangan dengan kawasan itu sebesar 10 persen dari total impor dan ekspor China, disamping ASEAN menjadi mitra dagang terbesar keempat bagi China

Dalam semester pertama 2008, volume perdagangan bilateral China-ASEAN mencapai 115,79 miliar dolar AS, naik 25 persen dibanding periode sama tahun sebelumnya. Pertumbuhan volume perdagangan sebesar itu, tercatat lebih besar dibanding pertumbuhan perdagangan China-Amerika Serikat yang hanya mencapai 12,6 persen, dan pertumbuhan perdagangan China-Jepang sebesar 17,9 persen. Diperkirakan ASEAN akan menjadi mitra dagang terbesar ketiga menggantikan Jepang bagi China pada tahun 2010, setelah Uni Eropa dan Amerika Serikat. Sementara di bidang investasi jumlah proyek dari negara-negara ASEAN yang menanamkan modalnya di China hingga akhir 2007 mencapai 30.0963 proyek dengan nilai investasi sebesar 103,7 miliar dolar AS. Sebaliknya jumlah perusahaan China yang menanamkan modalnya di ASEAN total nilainya mencapai 3,95 miliar dolar AS dan jumlah itu dipastikan akan terus meningkat. Harga yang murah adalah salah satu faktor yang membuat produk-produk dari China akan lebih laku di pasaran, ketika mereka menyerbu pasar Asia. China selama ini memang menjadi salah satu mitra ekonomi utama bagi ASEAN dan hubungan keduabelah pihak cenderung meningkat

Di dalam perkembangan industry telekomunikasi china dilakukan ekspansi yang cukup besar di dalam pertumbuhan ekspor telekomunikasi di Asia Tenggara di mana makin meningkatnya volume penjualan produk telekomunikasi dari china yang harganya menjadi lebih

murah lagi di karenakan perjanjian CAFTA yang menguntungkan vendor-vendor dari china untuk melakukan ekspor ke Asia Tenggara.

Hal ini menjadikan produk handphone china cukup mendominasi dalam pertumbuhan pasar telekomunikasi karena harga yang lebih murah,kualitas baik dan kerjasama China dengan organisasi Internasional baik organisasi dunia maupun regional yang membuat vendor dari negara lain mulai kewalahan dalam mendominasi industri telekomunikasi ini ini. secara keseluruhan dalam beberapa tahun mendatang pabrikan dari China akan menguasai pasar telekomunikasi dunia.