

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada Bab II penulis akan memaparkan dan menjelaskan uraian tinjauan pustaka berupa teori dan konsep yang berkaitan dengan topik penelitian yang telah dijelaskan dalam Bab I. Teori dan konsep tersebut merupakan landasan dan asumsi analisi yang digunakan dalam mengerjakan penelitian ini. Penjelasan tersebut berasal dari berbagai data sekunder dan penelitian-penelitian terdahulu sebagai penunjang teori dan konsep yang akan penulis gunakan.

### **2.1 Literatur Review**

Dalam sebuah karya penelitian, diantaranya karya tulis berupa skripsi, tidak ada yang bersifat mutlak asli (*original*) dan benar-benar baru yang dihasilkan oleh seorang penulis ataupun peneliti. Semua penelitian tersebut tidak terlepas dari pengaruh penelitian sebelumnya. Dalam hal ini penulis berusaha untuk menghimpun informasi dari tulisan terdahulu yang relevan dengan topik yang diantaranya bersumber dari buku-buku ilmiah, jurnal ilmiah, laporan penelitian, press realase, skripsi dan berita-berita resmi. Begitu juga penelitian ini, penulis menyadari pentingnya melakukan perbandingan (*comparation*) dengan penelitian ataupun karya tulis sebelumnya yang berkaitan dengan ekspansi e-commerce terutama di Indonesia.

Adapun beberapa **literatur review pokok** penulis diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1 : Literatur Review

<b>JUDUL, PENULIS, SUMBER</b>	<b>PEMBAHASAN</b>	<b>PERSAMAAN</b>	<b>PERBEDAA N</b>
<p>“<i>Perkembangan E-Commerce di Indonesia</i>” jurnal ilmiah yang ditulis oleh <b>Hendra Samsuri</b> dari Universitas Gadjah Mada</p>	<p>Dalam jurnal ilmiah tersebut beliau menjelaskan apa penyebab dari perkembangan e-commerce di Indonesia. Diawali dengan adanya peningkatan pengguna internet serta pengembangan infrastruktur internet di Indonesia. Hasil survey APJII pada tahun 2012 persentase penggunaan internet yaitu</p>	<p>Menjelaskan penyebab perkembangan e-commerce di Indonesia melalui peningkatan pengguna internet serta pengembangan infrastruktur internet di Indonesia sehingga transaksi jual beli online mengikuti perkembangan teknologi informatika, sehingga mempengaruhi perilaku masyarakat dari budaya transaksi tradisional seperti berbelanja di pasar-pasar tradisional</p>	<p>Hanya menjelaskan penyebab dari perkembangan <i>E-Commerce</i> di Indonesia tidak membahas contoh apa saja e-commerce yang berkembang.</p>

	<p>24,34% pada tahun 2013 pengguna internet di Indonesia mencapai 71,19 juta jiwa atau sebanyak 28%, kemudian survey pada tahun 2014 pengguna internet mencapai 34,9%. Dari peningkatan pengguna internet tersebut berdampak pada perkembangan e-commerce di Indonesia karena transaksi jual beli online mengikuti perkembangan teknologi informatika, sehingga</p>	<p>menjadi transaksi jual beli di dunia maya (online).</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------	--

	<p>mempengaruhi perilaku masyarakat dari budaya transaksi tradisional seperti berbelanja di pasar-pasar tradisional menjadi transaksi jual beli di dunia maya (online).</p> <p>Selain itu faktor tuntutan dari perkembangan teknologi menjadikan masyarakat perlu untuk melakukan adaptasi terhadap proses modernisasi tersebut. Hal ini merupakan upaya masyarakat dalam mempertahankan hidupnya. Dalam</p>		
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	<p>proses adaptasi masyarakat terhadap perubahan ini menjadi masyarakat yang mengalami perubahan perilaku. Perubahan perilaku tersebut dapat dilihat dari perubahan mekanisme perdagangan yang dilakukan masyarakat yang disebabkan karena adanya stimulus dari luar.</p>		
<p><i>“Alibaba dan Pasar E-Commerce</i></p>	<p>Alibaba terbukti memiliki keunggulan</p>	<p>Alibaba memilih Indonesia sebagai negara tujuan untuk</p>	<p>Membahas Alibaba sebagai e-</p>

<p><i>Indonesia”</i></p> <p>merupakan skripsi yang ditulis oleh <b>Tifany Melia</b> dari Universitas Katolik Parahyangan</p>	<p>tersendiri yang membuat mereka mampu untuk menguasai persaingan dalam industri e-commerce global. Alibaba memilih Indonesia sebagai negara tujuan (<i>host country</i>) untuk proses ekspansi e-commerce mereka. Hal ini dibuktikan dengan sejumlah investasi luar negeri (FDI) yang mereka lakukan kedalam platform e-commerce di Indonesia yaitu Tokopedia dan Lazada. Penelitian ini menggunakan</p>	<p>melakukan proses ekspansi e-commerce mereka. Dengan persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi adanya ekspansi e-commerce ini diantaranya yaitu :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• faktor ekonomi dengan adanya keuntungan dari penjualan e-commerce Alibaba ke Indonesia dapat menguntungkan kedua negara yang yaitu China dan Indonesia,</li> <li>• faktor politik mengenai diplomasi kerja</li> </ul>	<p>commerce yang <b>melakukan ekspansi untuk menguasai persaingan e-commerce global</b> dengan memilih Indonesia sebagai negara tujuan.</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>paradigma <i>Ownership, Location and Internationalization</i> (OLI) dari John H. Dunning, <i>location advantages</i> dari Bob Sugeng, H.S Kehal dan Larimo. Lalu dari <i>Location advantages</i> dibagi menjadi empat faktor yaitu faktor ekonomi, faktor politik, faktor teknologi dan internet serta faktor masyarakat. Hasil analisa menunjukan bahwa jika dilihat dari masing-masing faktor tersebut,</p>	<p>sama Indonesia dan China melalui ekspansi e-commerce ini yaitu Alibaba,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• faktor teknologi dan internet dari perkembangan teknologi hingga lahirnya internet di Indonesia yang dimana pengguna teknologi dan internet di Indonesia terus mengalami peningkatan pengguna dari tahun ke tahun,</li> </ul>	
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

	<p>pasar e-commerce Indonesia dianggap mampu untuk memberikan peluang yang besar, baik itu keuntungan perusahaan maupun prospek perkembangan mereka di masa yang akan datang.</p> <p>Kesimpulan penelitian ini adalah Alibaba memilih Indonesia sebagai lokasi tujuan perluasan pasar e-commerce mereka karena Indonesia mampu menawarkan <i>location advantage</i> yang mereka</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• serta faktor masyarakat yang dipengaruhi oleh perkembangan faktor teknologi dan internet diatas, masyarakat Indonesia beralih menjadi serba digital seiring dengan perkembangan tersebut.</li> </ul>	
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--



	<p>perlu dalam proses ekspansi dan internasionalisasi mereka ke tingkat global.</p>		
<p><i>“Dampak Ekspansi Alibaba Group Terhadap Perkembangan E-Commerce di Indonesia”</i> merupakan skripsi yang ditulis oleh <b>Muhammad Iqbal</b> dari Universitas Hasanudin</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya ekspansi Alibaba Group terdapat beberapa ancaman bagi e-commerce di Indonesia antara lain adalah persaingan antara perusahaan e-commerce asing dengan modal yang besar dalam operasinya serta adanya potensi gempuran barang produksi China</p>	<p>Ekspansi Alibaba Group menjadi ancaman bagi e-commerce di Indonesia terutama adalah persaingan antara perusahaan e-commerce asing dan e-commerce lokal.</p>	<p>Melihat dari sudut pandang pemerintah Indonesia terhadap ekspansi Alibaba Group ini adalah dengan mengeluarkan Perpres No. 44 Tahun 2016 tentang <b>Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka</b></p>

	<p>yang diakibatkan oleh akses masuk dan pemasaran yang lebih mudah. Lalu pemerintah Indonesia terhadap ekspansi Alibaba Group ini adalah dengan mengeluarkan Perpres No. 44 Tahun 2016 tentang <b>Daftar Bidang Usaha yang Tertutup dan Bidang Usaha yang Terbuka dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal</b> serta adanya kebijakan Road Map E-</p>		<p><b>dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal</b> serta adanya kebijakan Road Map E-Commerce di Indonesia yang mana berisi tentang perlindungan dan bimbingan pada e-commerce lokal agar dapat bersaing dengan pemain asing serta penguatan infrastruktur untuk mendukung</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>Commerce di Indonesia yang mana berisi tentang perlindungan dan bimbingan pada e-commerce lokal agar dapat bersaing dengan pemain asing serta penguatan infrastruktur untuk mendukung ekosistem e-commerce di Indonesia.</p>		<p>ekosistem e-commerce di Indonesia.</p>
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------

## 2.2 Kerangka Teoritis

Dalam penyusunan penelitian ini digunakan kerangka teoritis yang sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Kerangka teoritis memuat teori-teori yang dapat membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian yang dijadikan sebagai tolak ukur atau pembanding dalam menganalisa masalah penelitian. Kerangka teoritis ini didukung oleh teori-teori ahli yang dapat memberikan hasil yang bersifat ilmiah dan dapat dipertanggung jawabkan secara akademis.

Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola pikirnya dalam menyusun secara sistematis teori-teori yang digunakan untuk mendukung permasalahan penelitian penulis. Menurut Kerlinger, teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2004). Teori berguna menjadi titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalah. Fungsi teori sendiri adalah untuk menerangkan, meramalkan, memprediksi dan menemukan keterpautan fakta-fakta yang ada secara sistematis. (Effendy, 2004)

Karena itu kerangka teoritis merupakan hal sangat penting bagi seorang peneliti untuk menyusun kerangka teori yang memuat pokok-pokok pemikiran yang akan menggambarkan dari sudut mana suatu masalah akan disoroti. Sebelum melakukan penelitian, seorang peneliti perlu menyusun suatu kerangka teori. Kerangka teori disusun sebagai landasan berfikir yang menunjukkan dari sudut mana peneliti menyoroti masalah yang akan diteliti. (Nawawi, 2001)

Pada awalnya hubungan internasional hanya dipandang sebagai suatu kajian mengenai hubungan-hubungan yang melintasi batas-batas Negara, serta pengaruh maupun dampak dari kegiatan tersebut. Namun seiring dengan perkembangan, ruang lingkup dari hubungan internasional semakin meluas menjadi kedalam aspek-aspek diluar sebatas kajian politik antar Negara-bangsa, yang antara lain juga meliputi: interdependensi

ekonomi, hak asasi manusia, perusahaan transnasional, organisasi internasional, lingkungan hidup, kesetaraan gender, keterbelakangan dan lainnya.(Jackson & Sorensen, 2005a)

Kajian mengenai hubungan internasional muncul pasca Perang Dunia I pada tahun 1920-an dan menjadi bidang studi yang berdiri sendiri di Amerika dan Eropa. (Mas'ood, 1990) Hubungan internasional pada masa lampau berfokus kepada kajian mengenai perang dan damai serta kemudian meluas untuk mempelajari perkembangan, perubahan dan kesinambungan yang berlangsung dalam hubungan antar negara atau antar bangsa dalam konteks sistem global tetapi masih bertitik berat kepada hubungan politik high politics. Sedangkan hubungan internasional kontemporer selain memfokuskan pada kajian hubungan politik antar negara yang ruang lingkungannya melintasi batas-batas wilayah negara, juga mencakup peran dan kegiatan yang dilakukan oleh actor-aktor bukan negara (non-state). (Rudy, 2003)

Viotti dan Kauppi (2001) menjelaskan aktor-aktor hubungan internasional terbagi menjadi empat, meliputi :

1. *States*

Sebuah negara memimpin dalam upaya mempertahankan keamanan fisik penduduk, memastikan kesejahteraan ekonomi warganya, memberikan fokus kesetiaan dan identitas, dan mengklaim kedaulatan. Ini berarti para pemimpinnya

mengklaim untuk mewakili dan menggunakan otoritas atas semua orang di dalam wilayah negara dan mengklaim hak untuk otonomi internasional. Bagaimana pun, negara dapat dipandang sebagai hambatan untuk mencapai keamanan, ekonomi, dan identitas ketika mereka menganiaya warga negaranya sendiri, mengejar kebijakan ekonomi kontraproduktif, dan menuntut kesetiaan yang lengkap dan tidak terbagi ke titik di mana tidak ada perbedaan pendapat yang diizinkan.

## *2. International Organization*

Negara bukan satu-satunya prisma yang digunakan untuk melihat hubungan internasional, khususnya di era globalisasi saat ini di mana jelas bahwa tidak ada satu negara pun yang bisa berharap menjadi agen tunggal tindakan kolektif untuk memecahkan masalah global. Organisasi internasional (IO) atau juga dikenal sebagai organisasi antar pemerintah (atau IGO) dapat memainkan peran.

## *3. Nongovernmental Organization*

*Nongovernmental Organization* terdiri dari aktor-aktor internasional swasta dan non-negara yang melintasi batas-batas nasional.

## *4. Individuals*

Aktor individual dapat membuat pilihan, bergerak menurut kemauannya sendiri atau menjadi bagian dalam *international organization* atau *nongovernmental organization*. Sementara individu dapat dan bertindak sendiri, mereka biasanya lebih efektif ketika mereka beroperasi dari basis organisasi negara, organisasi internasional, atau organisasi nonpemerintah. Apakah bertindak sendiri atau sebagai agen negara atau non-negara, aktor dapat membuat perbedaan. Sederhananya, hak pilihan manusia penting.

Hubungan internasional merupakan suatu ilmu yang interdisipliner, dimana memiliki hubungan dengan ilmu-ilmu lainnya dalam usaha mengkaji suatu permasalahan yang muncul yang kemudian menjadi fenomena baru. Perkembangan ilmu hubungan internasional saat ini tidak hanya mengacu pada hubungan antar negara saja, melainkan mencakup permasalahan yang ada 4 (Jackson & Sorensen, 2005) didalamnya seperti perkembangan suatu daerah atau Kota yang melibatkan kerjasama antar Kota lintas batas negara yang bersifat kompleks, seperti yang dikatakan oleh Mohtar Mas'ood (1990) bahwa:

“Hubungan internasional itu sangat kompleks karena didalamnya terlibat bangsa- bangsa yang masing-masing berdaulat sehingga memerlukan mekanisme yang lebih rumit daripada hubungan antar kelompok manusia didalam suatu negara. Ia juga sangat kompleks karena setiap hubungan itu melibatkan berbagai segi lain yang koordinasinya tidak sederhana”. (Mas'ood 1990)

Kemudian menurut **K. J. Holsti**, hubungan internasional dapat didefinisikan sebagai berikut:

“Hubungan Internasional adalah segala bentuk interaksi di antara masyarakat negara – negara, baik yang dilakukan oleh pemerintah atau negara, termasuk di dalamnya pengkajian terhadap politik luar negeri dan politik internasional dan meliputi segala segi hubungan di antara berbagai Negara di dunia meliputi kajian terhadap lembaga perdagangan internasional, transportasi, pariwisata, komunikasi, dan perkembangan nilai – nilai etika internasional Aturan resmi atau tidak resmi mengenai transaksi dimasa depan yang dilakukan untuk melaksanakan persetujuan.” ( Holsti 1987)

Selain itu pengertian dari Hubungan Internasional menurut Suwardi Wiraatmaja yaitu : **“Hubungan internasional sebagai ilmu sintesa yang menyatukan, menggabungkan dan memadukan berbagai disiplin yang memiliki perhatian terhadap masalah internasional.”** (Winardi 1998)

Bisnis internasional merupakan bisnis yang kegiatan-kegiatannya melewati batas-batas negara. Definisi ini tidak hanya termasuk perdagangan internasional dan pemanufakturan di luar negeri, tetapi juga industri jasa yang berkembang di bidang-bidang seperti transportasi, pariwisata, perbankan, periklanan, konstruksi, pedagang eceran, perdagangan besar dan kontruksi masa.



Bisnis internasional memerlukan strategi dalam mendesain suatu strategi yang perlu dilakukan oleh manajemen pemasaran terbagi menjadi empat konsep, yaitu :

1. *Segmenting*, atau segmentasi adalah suatu proses membagi pasar ke dalam kelompok pelanggan yang memiliki perilaku yang sama atau memiliki kebutuhan serupa. Segmentasi pasar konsumen memiliki 3 dasar yaitu segmentasi geografis, segmentasi demografis dan segmentasi psikografis.
2. *Targeting* dilakukan setelah melakukan segmentasi pasar, selanjutnya perusahaan mengevaluasi segmen pasar mana yang menjadi target pasar perusahaan. Dalam menentukan target pasar, perusahaan harus melakukan beberapa survey untuk mengetahui keadaan pasar supaya proses pemasaran tepat sasaran.
3. *Positioning* adalah tindakan merancang penawaran dan citra perusahaan agar mendapatkan tempat khusus dalam pikiran pasar sasaran. Positioning merupakan salah satu langkah perusahaan untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen supaya dapat menciptakan kesan-kesan tertentu.
4. *E-Commerce* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1994 pada saat pertama kali banner-electronik dipakai untuk tujuan promosi dan periklanan di suatu halaman website..

Holsti menyatakan hubungan internasional dapat mengacu pada semua bentuk interaksi antar anggota masyarakat yang berlainan, baik yang disponsori oleh pemerintah maupun tidak. Hubungan Internasional akan

meliputi kebijakan luar negeri atau proses politik antar bangsa, tetapi dengan memperhatikan keseluruhan segi hubungan itu. Hubungan Internasional juga akan mencakup studi-studi perusahaan dagang internasional (MNC), palang merah internasional, turisme, perdagangan internasional, transportasi, komunikasi dan perkembangan nilai-nilai dan etika internasional. (K. J. Holsty, 1985)

*Multi National Cooperation* atau MNC memiliki banyak definisi, pengertian MNC yang dikemukakan oleh Joan Spero, Perusahaan multinasional adalah perusahaan dengan anak perusahaan asing yang memperluas produksi dan pemasaran perusahaan di luar batas-batas negara manapun. Perusahaan multinasional bukan hanya perusahaan besar yang memasarkan produk mereka ke luar negeri, mereka adalah perusahaan yang telah mengirimkan paket modal, teknologi, bakat manajerial, dan keterampilan pemasaran untuk melakukan produksi di luar negeri. Dalam banyak kasus, produksi multinasional benar-benar di seluruh dunia, dengan tahapan produksi yang berbeda dilakukan di berbagai negara. (Spero, 1985)

Joan Spero menambahkan bahwa pada banyak kasus proses produksi dalam sebuah MNC benar-benar mendunia, beberapa tahapan produksi yang berbeda dilakukan di negara yang berbeda-beda pula. Tahap marketing juga seringkali berskala internasional. Barang-barang yang diproduksi di satu atau lebih negara dijual hingga ke seluruh dunia. Pada akhirnya MNC cenderung mempunyai cabang atau perwakilan luar negeri di banyak negara. Dengan demikian ada karakteristik khusus yang melekat pada sebuah badan usaha agar bisa disebut sebagai perusahaan multinasional.

Dari definisi di atas setidaknya perusahaan tersebut haruslah beroperasi (mempunyai cabang) di beberapa negara, dan mentransfer modal, teknologi, kecakapan manajerial dan kecakapan pemasaran untuk melaksanakan kegiatan bisnis di luar negeri asalnya.

John Dunning mengklasifikasikan beberapa dorongan utama mengapa sebuah Multinational Corporation (MNC) terlibat aktivitas bisnis di luar negara asalnya. Motivasi ini menentukan jenis investasi asing (FDI) yang dilakukan oleh sebuah MNC, meskipun tidak menutup kemungkinan bahwa sebuah MNC mempunyai lebih dari satu motif dalam aktivitas internasionalnya.

Menurut Dunning ada empat alasan utama mengapa sebuah perusahaan melakukan aktivitas produksi di luar negeri. Empat motif inilah yang mendorong perusahaan untuk melakukan kegiatan yang bersifat produksi (mengolah barang mentah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi) di luar negara asalnya. Sehingga kesamaan dari empat jenis motif tersebut adalah sama-sama mendorong perusahaan untuk berinvestasi dengan memiliki fasilitas produksi di luar negeri. Motif-motif tersebut adalah :

1. Mencari sumber daya.

Perusahaan Multinasional yang masuk kategori ini adalah mereka yang melakukan investasi asing demi memperoleh sumberdaya tertentu yang lebih bermutu maupun lebih murah dibanding yang ada di negara asalnya. Tujuan mereka melakukan Foreign Direct Investment (FDI)

adalah memaksimalkan keuntungan dan daya saing di pasar yang mereka layani. Semua atau bahkan sebagian besar output dari cabang MNC yang beroperasi di negara tujuan investasi itu akan diekspor ke negara industri maju. Ada tiga jenis MNC yang melakukan FDI karena didorong oleh motif mencari sumberdaya. Yang pertama adalah MNC yang melakukan investasi asing karena mencari sumberdaya fisik/alam. Mereka biasanya terdiri dari para produsen utama dan perusahaan-perusahaan manufaktur yang mencari bahan baku di luar negara asalnya. Yang kedua adalah Perusahaan Multinasional yang mencari sumberdaya manusia/karyawan yang murah. Terdiri dari perusahaan-perusahaan manufaktur atau jasa yang berasal dari negara dengan upah pegawai yang tinggi sehingga mereka melakukan investasi ke negara dengan upah lebih rendah. Jenis yang ketiga yaitu perusahaan yang melakukan FDI karena terdorong kebutuhan untuk memperoleh kemampuan teknologi tinggi, maupun keahlian manajemen atau marketing dan kecakapan organisasional.

2. Mencari/memperluas pasar.

Multinational Corporation (MNC) bisa melakukan investasi asing di negara atau region tertentu karena terdorong oleh keinginan untuk menyediakan produk barang atau jasanya di kawasan tersebut. Investasi dengan motif market-seeking ini bisa dilakukan demi melindungi pasar yang sudah ada maupun untuk mengeksploitasi pasar yang baru. Terlepas dari besarnya pasar dan potensi pertumbuhan pangsa pasar, ada empat alasan sebuah MNC melakukan investasi yang bersifat market-

seeking. Yang pertama adalah karena supplier ataupun konsumen utama mereka telah mendirikan fasilitas produksi di luar negeri sehingga mereka harus mengikutinya supaya tetap bisa mempertahankan bisnisnya. Yang kedua adalah karena seringkali suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh MNC perlu disesuaikan dengan kultur atau cita rasa lokal. Yang ketiga adalah alasan untuk meminimalisasi biaya produksi dan transaksi. Dan alasan terakhir yang tak kalah penting bagi sebuah MNC sebagai bagian dari strategi produksi dan pemasaran global mereka adalah demi memperkuat kehadiran mereka di pasar yang juga dilayani oleh pihak kompetitor.

3. Melakukan efisiensi Motivasi dari FDI yang bersifat efficiency-seeking adalah demi merasionalisasi struktur dari investasi yang telah ada sebelumnya baik yang bersifat resource-seeking maupun market-seeking sehingga perusahaan bisa mendapatkan keuntungan dari penguasaan bersama atas aktivitas-aktivitas bisnis yang terpisah secara geografis. Investasi yang bersifat mencari efisiensi ini manfaat utamanya adalah menekan skala dan sekup ekonomi serta diversifikasi resiko perusahaan. Tujuan dari MNC yang melakukan investasi yang bersifat efficiency-seeking adalah untuk mengambil keuntungan dari perbedaan faktor-faktor sumberdaya, budaya, susunan institusional, pola permintaan, kebijakan ekonomi dan struktur pasar dengan cara mengkonsentrasikan produksi di sejumlah lokasi terbatas untuk memenuhi bermacam-macam pasar
4. Mencari aset-aset strategis.

Motivasi keempat dari MNC dalam melakukan FDI adalah demi mencapai tujuan-tujuan strategis jangka panjang mereka utamanya mempertahankan atau meningkatkan daya saing global mereka dengan cara memperoleh/mengakuisisi aset-aset perusahaan asing di luar negara asalnya. Alasan investasi ini biasanya tidak terlalu memfokuskan diri pada minimalisasi biaya produksi melainkan lebih kepada mengeksploitasi aset dan kapabilitas yang dimiliki perusahaan. Hampir sama seperti investasi yang bertujuan mencari efisiensi, MNC yang berinvestasi dengan mencari aset strategis berusaha memaksimalkan keuntungan dari kepemilikan bersama atas aktivitas dan kapabilitas bisnis yang bermacam-macam, maupun dari aktivitas dan kapabilitas bisnis yang sama yang berada pada lingkungan ekonomi dan potensi yang bermacam-macam.

Selain empat motif utama yang mendorong sebuah MNC untuk berinvestasi (dalam memiliki fasilitas produksi) di luar negeri seperti yang dijelaskan di atas, Dunning menyebutkan bahwa ada kategori investasi lain yang dilakukan oleh MNC di luar negara asalnya yang tidak cocok untuk dimasukkan ke dalam empat motif di atas. Ada tiga jenis investasi lainnya yang tidak termotivasi oleh keempat jenis motif di atas. Perbedaannya adalah jenis-jenis investasi asing ini tidak selalu mendorong MNC melakukan kegiatan produksinya di luar negeri. Tiga motif/jenis investasi itu adalah:

1. *Escape investment*

Yang dimaksud dengan *escape investments* adalah aktivitas investasi asing oleh MNC yang dilakukan untuk melepaskan diri dari keterbatasan-keterbatasan yang ditimbulkan oleh peraturan perundangundangan atau kebijakan makro dari negara asalnya. Dalam investasi jenis ini sebuah perusahaan akan memindahkan sebagian aktivitas bisnisnya ke negara lain yang dianggap memiliki peraturan yang lebih sesuai untuk mengembangkan bisnisnya.

## 2. *Support investment*

Tujuan dari investasi jenis ini adalah untuk mendukung aktivitas bisnis dari komponen-komponen lain dari sebuah perusahaan. Biasanya sebuah cabang perusahaan yang didirikan sebagai wujud dari *support investment* tidak berperan utama sebagai pengeruk keuntungan, bahkan bisa membutuhkan banyak biaya, namun aktivitas bisnis yang dilakukannya akan dirasakan manfaatnya oleh komponen perusahaannya yang lain. Yang termasuk jenis investasi ini adalah investasi yang dilakukan MNC menyangkut persoalan perdagangan dan keuangan yang sangat penting demi memfasilitasi dan menjalankan fungsi ekspor dan impor dari sebuah aktivitas bisnis MNC. Selain untuk menjalankan fungsi ekspor dan impor tersebut, peran cabang perusahaan bisa sangat bervariasi mulai dari menyangkut distribusi, pemasaran, iklan, rekrutmen, kehumasan, hingga sebagai penghubung dengan negara tuan rumah tempat berinvestasi.

## 3. *Passive investment*

Investasi jenis ini hampir mirip dan sulit dibedakan dengan investasi portofolio yang hanya mengincar keuntungan atau kenaikan nilai modal dari investasi yang ditanam tanpa melibatkan diri dalam manajemen perusahaan. Biasanya dilakukan oleh perusahaan yang spesialis dalam hal jual-beli perusahaan lain atau aset properti. Passive investments sama-sama mengincar profit dari kenaikan nilai modal yang ditanam namun dengan sedikit menyuntikkan keahlian manajemen dan sumberdaya sehingga meningkatkan nilai dari investasi mereka di masa depan. (Dunning & Lundan, 2008)

Aktifitas yang erat kaitannya dengan MNC adalah investasi asing langsung atau foreign direct investment Salah satu pengertian FDI seperti yang diajukan oleh Stephen Cohen adalah aktivitas finansial yang pada umumnya berupa aliran modal internasional dari negara asal perusahaan ke negara tuan rumah (negara penerima modal) dengan tujuan untuk memperoleh sebagian atau seluruh hak kepemilikan dari sebuah entitas bisnis yang nyata seperti pabrik, fasilitas produksi bahan baku, maupun keseluruhan sistem distribusi. Dalam pengertian ini istilah FDI akan berdampak pada keseimbangan neraca pembayaran baik bagi negara asal perusahaan(home country) maupun negara penerima modal (host country). (Cohen, 2003)

Foreign Direct Investment (FDI) berbeda dari investasi portofolio meskipun keduanya sering disalahartikan sebagai sebuah kesamaan. Investasi portofolio terjadi ketika seseorang atau institusi finansial membeli sejumlah kecil saham perusahaan yang berlokasi di negara lain dengan harapan akan memperoleh keuntungan dari penjualan kembali saham itu di masa yang akan datang.



Investor atau penanam modal tidak mempunyai wewenang untuk mempengaruhi keputusan manajemen perusahaan dan tidak mempunyai komitmen jangka panjang pada perusahaan tersebut melainkan hanya mengharapkan keuntungan dari naiknya harga saham dan pembagian laba perusahaan (dividen). Sebaliknya, FDI merupakan investasi yang dilakukan perusahaan dengan tujuan memperoleh hak kepemilikan dan kendali atas perusahaan lain di luar negeri. Paling tidak investor tersebut mempunyai pengaruh besar dalam hal produksi, strategi pemasaran, anggaran, seleksi manajer, dan hal operasional lainnya dari perusahaan yang menerima investasi. Dengan melakukan FDI, perusahaan/investor akan menyuntikkan paket sumberdaya produksi yang meliputi skill manajemen dan teknik produksi yang handal, serta teknologi dan sistem pemasaran yang maju. Oleh karenanya FDI seringkali faktanya akan meningkatkan lapangan pekerjaan dan nilai ekspor dari host country. Hal inilah yang menjadi daya tarik setiap negara untuk berlomba-lomba menarik perusahaan asing agar melakukan investasi langsung di negerinya. (Iqbal, 2018)

Karena aktivitas investasi yang dilakukannya maka MNC dipandang dapat memberikan dampak-dampak positif terhadap negara tuan rumah. Multinational Corporation akan membawa teknologi, produk, kapital finansial, dan teknik manajemen canggih ke negara-negara yang tidak memilikinya. Suntikan sumberdaya ke negara-negara tuan rumah akan mendorong timbulnya lapangan pekerjaan dan peningkatan keahlian tenaga kerja ketika mereka memanfaatkan teknologi modern yang dibawa oleh perusahaan multinasional itu. MNC juga bisa membantu memperbaiki neraca pembayaran suatu negara.

Karena dengan mendirikan cabang usaha baru atau membeli perusahaan yang sudah ada di suatu negara maka akan ada aliran kapital masuk ke dalam ekonomi negara tersebut. Selain efek langsung tersebut MNC juga bisa menimbulkan efek positif tidak langsung berupa pelimpahan atau “spillover effect” ke ekonomi negara tuan rumah. Artinya dengan adanya MNC disuatu negara akan merangsang pertumbuhan usaha-usaha lain yang berkaitan untuk memasok kebutuhan usaha MNC tersebut. (Mas’oed, 1997)

### **2.3 Hipotesis**

Berdasarkan kerangka pemikiran, perumusan masalah yang penulis kemukakan diatas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

“Jika JD.ID lebih banyak melakukan promosi melalui media iklan sehingga masyarakat Indonesia lebih mengenal melalui promosi iklan tersebut maka JD.ID berhasil melakukan ekspansi dalam menghadapi persaingan *e-commerce* di Indonesia”

### **2.4 Variable dan Indikator**

Tabel 2 :Variable dan Indikator

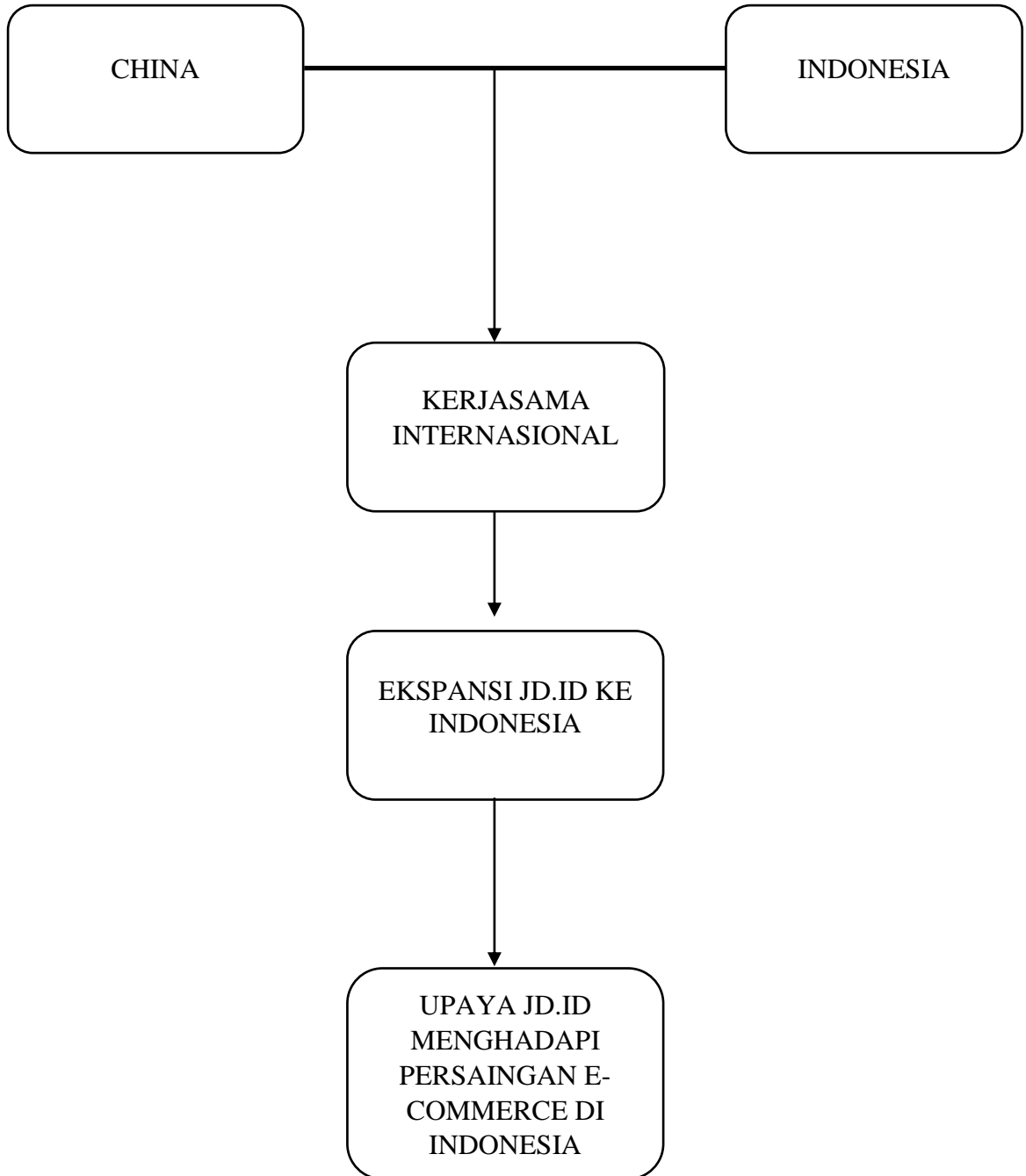
<b>Variabel dalam Hopotesis (Teoritik)</b>	<b>Indikator (Empirik)</b>	<b>Verifikasi (Analisis)</b>
<b>Variabel Bebas :</b>  Ekspansi e-commerce China melalui JD.ID	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. JD.ID melakukan ekspansi dari China ke Indonesia.</li> <li>2. JD.ID meningkatkan kualitas penjualan dengan memenuhi kebutuhan costumer.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. E-Commerce Kolaborasi China-Amerika JD.id Masuk Ke Indonesia, Ancaman atau Peluang ?            Sumber :  <a href="https://www.kompasiana.com/srondol/56406c752f93737f0538f46d/ecommerce-kolaborasi-chinaamerika-jdid-masuk-ke-indonesia-ancaman-atau-peluang?page=all">https://www.kompasiana.com/srondol/56406c752f93737f0538f46d/ecommerce-kolaborasi-chinaamerika-jdid-masuk-ke-indonesia-ancaman-atau-peluang?page=all</a>            “Profil Perusahaan”            Sumber :  <a href="https://www.jd.id/help/question-22.html">https://www.jd.id/help/question-22.html</a> </li> <li>2. “JD.ID e-Commerce yang Memperhatikan Kebutuhan Customer”            Sumber :  <a href="https://medium.com/@mips0110/jd-id-startup-critical-analysis-6df782d4173">https://medium.com/@mips0110/jd-id-startup-critical-analysis-6df782d4173</a> </li> </ol>

		<p><a href="#"><u>“Bos JD.ID Bicara tentang Perkembangan Bisnis serta kerja Sama dengan Traveloka”</u></a></p> <p>Sumber : <a href="https://id.techinasia.com/strategi-jd-id-indonesia"><u>https://id.techinasia.com/strategi-jd-id-indonesia</u></a></p> <p>“Tentang JD.id, Gudang Baru dan Inovasi Selanjutnya”</p> <p>Sumber : <a href="https://dailysocial.id/post/tentang-jd-id-gudang-baru-dan-inovasi-selanjutnya"><u>https://dailysocial.id/post/tentang-jd-id-gudang-baru-dan-inovasi-selanjutnya</u></a></p> <p>“Toko Fisik JD.id Tak Pakai Kasir, Langsung di Aplikasi”</p> <p>Sumber : <a href="https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180802183001-185-319044/toko-fisik-jdid-tak-pakai-kasir-langsung-di-aplikasi"><u>https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180802183001-185-319044/toko-fisik-jdid-tak-pakai-kasir-langsung-di-aplikasi</u></a></p>
<b>Variable Terikat :</b>	1. Persaingan e-commerce di Indonesia.	1. “Bisnis e-Commerce Indonesia Melesat, Persaingan Semakin Ketat”  Sumber:

<p>Persaingan e-commerce di Indonesia</p>		<p><a href="https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Bisnis%20e%20Commerce%20Indonesia%20Melesat%20Persaingan%20Semakin%20Ketat%20&amp;news_id=87139&amp;group_news=IPOTNEWS&amp;news_date=&amp;taging_subtype=TELCO&amp;name=&amp;search=y_general&amp;q=e-commerce,transaksi%20online,pasar%20daring%20,&amp;halaman=">https://www.indopremier.com/ipotnews/newsDetail.php?jdl=Bisnis%20 e Commerce Indonesia Melesat Persaingan Semakin Ketat%20&amp;news id=87139&amp;group_news=IPOTNEWS&amp;news_date=&amp;taging_subtype=TELCO&amp;name=&amp;search=y_general&amp;q=e-commerce,transaksi%20online,pasar%20daring%20,&amp;halaman=</a></p> <p>“E-Commerce Apa yang Pimpin Pasar Indonesia?”</p> <p><a href="https://money.kompas.com/read/2019/08/26/122218226/e-commerce-apa-yang-pimpin-pasar-indonesia">https://money.kompas.com/read/2019/08/26/122218226/e-commerce-apa-yang-pimpin-pasar-indonesia</a></p> <p>Persaingan e-Commerce Indonesia di 2017, Siapa Terpopuler?</p> <p>Sumber:</p> <p><a href="https://inet.detik.com/cyberlife/d-3793019/persaingan-e-commerce-indonesia-di-2017-siapa-terpopuler">https://inet.detik.com/cyberlife/d-3793019/persaingan-e-commerce-indonesia-di-2017-siapa-terpopuler</a></p> <p>“(Analisis) Kilas Balik Persaingan E-Commerce Indonesia Tahun 2017”</p> <p>Sumber :</p>
-------------------------------------------	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p><a href="https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017/">https://iprice.co.id/trend/insights/kilas-balik-e-commerce-indonesia-2017/</a></p> <p>“Ini Peta Persaingan E-Commerce Indonesia Q4 2018”</p> <p>Sumber :</p> <p><a href="https://techno.okezone.com/read/2019/01/30/207/2011416/ini-peta-persaingan-e-commerce-indonesia-q4-2018">https://techno.okezone.com/read/2019/01/30/207/2011416/ini-peta-persaingan-e-commerce-indonesia-q4-2018</a></p> <p>“Peta Persaingan 50 E-Commerce di Indonesia Versi iPrice 2019”</p> <p>Sumber:</p> <p><a href="https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019">https://id.techinasia.com/persaingan-ecommerce-indonesia-q3-2019</a></p>
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

## 2.1 Skema



## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Paradigma Penelitian**

Penelitian pada hakekatnya merupakan suatu upaya untuk membenarkan kebenaran. Usaha untuk mengejar kebenaran dilakukan oleh para filsuf, peneliti, maupun oleh para praktisi melalui model-model tertentu. Model tersebut biasanya dikenal dengan paradigma. Paradigma dalam disiplin intelektual adalah cara pandang orang terhadap diri dan lingkungannya yang mempengaruhinya dalam berpikir (kognitif), bersikap (apektif). Dan bertindak laku (konatif). (Dani, 2008) Paradigma juga dapat berarti seperangkat asumsi, konsep, nilai, dan praktik yang diterapkan dalam memandang realitas dalam komunitas yang sama, khususnya dalam disiplin intelektual. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan perspektif liberalisme.

Liberalisme berasumsi bahwa hubungan internasional lebih bersifat kooperatif daripada konfliktual serta percaya terhadap kemajuan. Liberalisme juga memandang bahwa negara pada hakikatnya dibentuk oleh manusia, oleh karena itu negara memiliki dasar yang sama dengan manusia. Liberalisme cenderung memiliki pandangan optimistis. Dimana ketika manusia melakukan kerja sama maka bukan hanya untuk mendapatkan situasi yang menguntungkan, tetapi dapat juga membawa kondisi ketergantungan dan meminimalisir perang. Hal ini yang sebenarnya membawa hubungan internasional yang lebih baik. (Robert, 2005)



Jadi, perspektif liberalism merupakan perspektif yang memandang bahwa manusia pada dasarnya mempunyai sifat yang baik, manusia masih mempunyai hati nurani untuk menciptakan sebuah kedamaian. Perspektif liberalism tidak selalu menganggap bahwa negara adalah aktor yang memiliki peran tertinggi dalam hubungan internasional, namun organisasi internasional ataupun non-state aktor lainnya dapat menjalankan sebuah hubungan internasional. Perspektif ini percaya bahwa untuk mencapai sebuah perdamaian tidak harus selalu melalui perang terlebih dahulu tetapi dapat juga dilakukan dengan kerja sama. Tim Dunne membagi liberalisme kedalam tiga macam yaitu, Liberal Internationalism, Idealism dan Liberal Institutionalism. Pada intinya, realisme menekankan pada pentingnya perdamaian, agar perdamaian terwujud, maka yang dibutuhkan adalah adanya kerja sama antarnegara. Dengan adanya kerja sama, maka negara tidak perlu berperang dengan negara lain untuk mendapatkan kepentingannya. (Dunne, 2001)

### **3.2 Tingkat Analisis**

Tingkat analisis (*Level of Analysis*) dilakukan untuk mempermudah penulis dalam memilih masalah yang akan di analisa. Adapun tingkat analisis yang penulis gunakan dalam pemikiran ini dengan analisis model korelasional dimana tingkat unit eksplanasi dan unit analisisnya sama.

Penelitian korelasi atau korelasional adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat antara dua variable atau lebih tanpa upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak terdapat manipulasi

variabel. (Wallen, 2008) Adanya hubungan dan tingkat variabel ini penting karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan peneliti. Jenis penelitian ini biasanya melibatkan statistik/tingkat hubungan yang disebut dengan korelasi (McMillan dan Schumacher, dalam Syamsuddin dan Vismaia 2009;25).

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu teknik atau cara mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data, baik berupa data primer maupun data sekunder yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah dan kemudian menganalisa faktor-faktor yang berhubungan dengan pokok-pokok permasalahan sehingga akan terdapat suatu kebenaran data-data yang akan diperoleh.

Menurut Sugiyono (2009:2) menjelaskan bahwa metode penelitian adalah sebagai berikut:

“Metode Penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan, dibuktikan dan dikembangkan suatu pengetahuan sehingga gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisifikasi masalah.”

Sedangkan pengertian menurut I Made Wirartha (2006:68) metode penelitian adalah sebagai berikut :

“Suatu cabang ilmu pengetahuan yang membicarakan atau mempersoalkan cara-cara melaksanakan penelitian (yaitu meliputi kegiatan-kegiatan mencari, mencatat, merumuskan, menganalisis sampai menyusun laporannya) berdasarkan fakta-fakta atau gejala-gejala secara ilmiah.”

Jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang menekankan pada aspek pemahaman lebih mendalam terhadap suatu masalah dari pada melihat sebuah permasalahan. Penelitian kualitatif adalah penelitian sebuah riset yang sifatnya deskripsi, cenderung menggunakan analisis dan lebih menampakkan proses maknanya. Tujuan dari metode ini adalah untuk memahami secara luas dan mendalam terhadap suatu masalah secara detail pada suatu permasalahan yang sedang dikaji.

### **3.4 Teknik Pengumpulan dan Analisis Data**

#### **1. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan faktor penting demi keberhasilan penelitian. Hal ini berkaitan dengan bagaimana cara mengumpulkan data, siapa sumbernya dan apa yang digunakan. Jenis sumber data adalah dari mana data diperoleh. Apakah data

diperoleh dari (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (data sekunder).

a. Data Primer

Data primer adalah secara langsung diambil dari objek penelitian dari peneliti perorangan maupun organisasi atau sumber penelitian yang didapat dari sumber secara langsung dari sumber asli (tanpa perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok. Hasil observasi terhadap suatu benda (fisik) kejadian atau kegiatan dari hasil pengujian.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang didapat tidak secara langsung dari objek penelitian. Peneliti mendapatkan data yang sudah jadi lalu dikumpulkan dengan cara atau metode baik secara komersial maupun non-komersial.

Untuk pengumpulan data dalam rangka pembahasan laporan penelitian ini, peneliti memilih teknik pengumpulan data sekunder yaitu diantaranya melalui studi kepustakaan (*library research*) yaitu pengumpulan data dengan cara memanfaatkan sumber-sumber data informasi-informasi dari berbagai pustaka yang ada kaitannya dengan masalah-masalah yang akan dibahas baik yang bersifat empiris maupun teori, yang ada relevansinya dengan permasalahan yang diteliti, yang mana sumber data ini berupa buku-

buku, jurnal, majalah, surat kabar, laporan-laporan serta lainnya yang dianggap relevan dengan kajian.

### 3.5 Lokasi Penelitian

- **Perpustakaan FISIP UNPAS**

Jalan Lengkong Besar No. 68, Cikawao, Lengkong, Kota Bandung

- **BAPUSIPDA JAWA BARAT**

Jalan Kawaluyaan Indah II No. 4, Jatisari, Buah Batu, Kota Bandung

- **Perpustakaan Nasional Republik Indonesia**

Jalan Medan Merdeka Selatan No. 11, Gambir, Senen, Kota Jakarta Pusat, DKI Jakarta

### 3.6 Jadwal dan Kegiatan Penelitian

Tabel 3 : Jadwal dan Kegiatan Penelitian

No	Bulan & Minggu Kegiatan	Agustus	September	Oktober	November	Desember	Januari 2020
1	Tahapan Persiapan :						
	a. Konsultasi Judul						
	b. Pengajuan Judul						
2	Penelitian Lapangan :						
	a. Pengurusan Surat Izin						
	b. Kepustakaan						
3	Pengolahan Data						
4	Analisa Data						



Berisi tentang metode penelitian, pendekatan penelitian, teknik dan analisis data, data primer, data sekunder, lokasi dan jadwal penelitian, serta sistematika penelitian.

#### **BAB IV**

Bab ini berisikan uraian data yang menjawab indikator variabel bebas dan terikat. Adapun isi dari bab ini membahas analisa dan korelasi anatara BAB II dan BAB III.

#### **BAB V**

Adalah bab penutup yang berisi tentang kesimpulan penelitian yang menunjukkan hubungan antara perumusan masalah dengan hipotesa serta kerangka dasar teori sebagai salah satu landasannya dan kata penutup serta saran.