

BAB I

PENDAHULUAN

A. ALASAN PEMILIHAN JUDUL

Penulis memilih judul "*Strategi MNC Intel Corporations menghadapi AFTA dalam Menguasai Pasar Teknologi Komputer Indonesia*" (Studi Kasus Prosesor Pentium 4), Dengan alasan :

Pertama, Penulis tertarik dengan bagaimana strategi Intel bertahan dan semakin memantapkan langkahnya setelah *launching* Pentium 4 sebagai produk andalan mereka yang diklaim oleh banyak ahli computer sebagai prosesor tercanggih saat ini yang mengusung teknologi Hyperthreading (HT), ditengah persaingan pasar teknologi komputer yang sangat ketat dalam rangka menghadapi AFTA.

Kedua, penulis ingin mengkaji lebih dalam bagaimana strategi Intel sebagai Multinational corporations (MNC) dalam menghadapi AFTA yang akan bergulir di ASEAN dan Indonesia khususnya, dalam menjalin kerjasama dan hubungan baik dengan pemerintah. Hal ini sesuai dengan bidang studi yang ditekuni penulis yaitu Ilmu Hubungan Internasional.

Ketiga, penulis melihat bahwa judul yang penulis ajukan belum pernah diajukan oleh penulis lain sebelumnya.

Dari ketiga alasan tersebut diatas itulah penulis menyusun sebuah karya tulis

“Strategi MNC Intel Corporations Menghadapi AFTA dalam Menguasai Pasar Teknologi Komputer di Indonesia” (Studi Kasus Prosesor Intel Pentium 4)

B. PENEGASAN JUDUL

Penulis memilih judul *“Strategi MNC Intel Corporations Menghadapi AFTA dalam Menguasai Pasar Teknologi Komputer di Indonesia” (Studi Kasus Prosesor Intel Pentium 4)*, dengan maksud:

Upaya Intel Corporations dalam memasarkan produk Pentium 4 di Indonesia dalam kurun waktu 2004 dengan segala strateginya.

C. TUJUAN PENELITIAN

Penulisan ini bertujuan untuk memberikan penjelasan terhadap permasalahan yang ada guna memperoleh jawaban dan sekaligus membuktikan hipotesa yang disusun penulis.

Penulisan ini bertujuan agar dapat memberikan gambaran obyektif mengenai strategi pemasaran Pentium 4 oleh Intel Corporations dalam mempengaruhi instansi-instansi pemerintah dan masyarakat Indonesia untuk menggunakan produknya, yang dalam hal ini prosesor Intel Pentium 4.

Selain itu penulisan ini dimaksudkan sebagai manifestasi dari penerapan teori-teori yang pernah penulis peroleh selama di bangku kuliah.

Tujuan yang tidak kalah pentingnya adalah bahwa penulisan ini akan

... ..

Ilmu Hubungan Internasional Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. LATAR BELAKANG MASALAH

Dunia internasional saat ini semakin marak dengan kegiatan perdagangan antar bangsa (perdagangan internasional/transnasional), hal ini bisa dilihat dari banyaknya jumlah barang yang keluar-masuk ke dalam wilayah suatu negara. Perdagangan Internasional merupakan suatu kegiatan internasional yang paling memperlihatkan keterikatan antar bangsa, walaupun dalam perdagangan tersebut tidak hanya sekedar kegiatan pertukaran barang atau jasa, tetapi lebih pada adaptasi antar bangsa tersebut, hal ini bisa dilihat dari baik dan buruknya, lancar tidaknya hubungan antar bangsa tersebut. Hal ini dipengaruhi oleh perbedaan politik antar bangsa yang berkepentingan. Jika dalam hubungannya (hubungan perdagangan) tidak terjalin keterikatan, ataupun salah satu pihak merasa tidak adil atau dirugikan maka kegiatan perdagangan antar bangsa tersebut juga tidak bisa berjalan dengan baik.

Dalam sejarahnya perdagangan identik dengan usaha menguasai wilayah (ekspansi), hal ini dimaksudkan bahwa perdagangan tersebut merupakan usaha memperoleh berbagai barang dan jasa yang tidak dimiliki oleh negara pengeksansi, jika di dalam usaha tersebut tidak diperoleh kata sepakat, maka negara ekspansi yang biasanya lebih kuat kekuasaannya akan menaklukkan wilayah tersebut dan memaksakan kehendaknya, contohnya Belanda datang ke Indonesia untuk menguasai wilayah Indonesia untuk

menguasai dan mendapatkan barang-barang dari Indonesia sekaligus menjadikan Indonesia sebagai negara jajahannya, sehingga konsep dari perdagangan itu sendiri lahir dari ketidakadilan.

Sebelum revolusi industri, negara-negara besar mengakui ketergantungan mereka kepada suplai dari luar negeri. Tetapi setelah terjadi revolusi industri muncul berbagai perkembangan baru yang membawa pada dampak perindustrian:

1. Kelebihan produksi, semakin maju industrialisasi semakin banyak barang produksi yang dihasilkan, sehingga melampaui daya serap perekonomian domestik.¹ Dengan begitu sejumlah industri mencoba menyuplai barang keluar negeri dan keadaan ini memaksa mereka bersaing dengan para perusahaan domestik ataupun eksportir lain.
2. Dampak yang ditimbulkan yaitu persaingan, berbagai cara yang diberlakukan oleh perusahaan-perusahaan tersebut agar usaha bisnisnya mampu berjalan, misalnya dengan mendirikan pabrik-pabrik di luar negeri (cabang perusahaan) dan memanfaatkan tenaga kerja lokal, hal ini dilakukan untuk menekan biaya produksi dengan begitu perusahaan-perusahaan tersebut mulai mengimpor barang mereka yang diharapkan mampu mendapatkan keuntungan bagi mereka.

¹ Walter S. Jones, *Logika Hubungan Internasional · Kekuasaan, Ekonomi-Politik Internasional dan*

Uraian diatas juga secara tidak langsung melahirkan perusahaan multinasional atau transnasional, yang biasanya mempunyai markas besar di negara asal namun menjalankan proses produksinya di negara lain.²

Berbicara tentang perusahaan multinasional seringkali menimbulkan kontroversi, sebagian pendapat memandang perusahaan multinasional sebagai organisasi ekonomi yang disebut menjadi pelopor modernisasi, sementara bagi sebagian orang berpendapat bahwa perusahaan multinasional sebagai perusahaan raksasa yang mampu memukul mundur para pelaku ekonomi kecil, hal ini terlihat dari jumlah perusahaan multinasional di tahun 1960-an dan 1970-an serta perluasan jangkauan wilayahnya di seluruh penjuru dunia, keadaan ini membuat publik dan komunitas akademi sadar dan memberikan banyak tanggapan dan komentar serta analisis kritisnya terhadap bahaya yang ditimbulkan oleh perusahaan multinasional terhadap kedaulatan dan arah kebijakan pemerintah, jaminan dan stabilitas kehidupan pekerja diseluruh penjuru dunia.³ Sehingga bisa dikatakan perusahaan-perusahaan multinasional tersebut merupakan pelaku utama dalam perubahan arena politik dan arena ekonomi internasional. Hal ini bisa terwujud oleh karena bentuk organisasi yang nyata dengan kekuatan besar dan mobilitas yang sangat tinggi membuat perusahaan transnasional menjadi mengagumkan sekaligus juga mengerikan, namun setelah tiga dasawarsa berlalu, perusahaan-perusahaan tersebut mulai disukai oleh banyak negara.⁴ Sekarang banyak negara berusaha menarik

² Ibid, h. 251

³ Mohtar Mas' oed, *Perusahaan Multinasional Dalam Ekonomi Politik Internasional* (Yogyakarta : UGM, 1997), h. 3

⁴ *The Economic*, 27 March 1992, dikutip dalam *Contemporary*, 1996

perusahaan multinasional masuk ke dalam wilayahnya, hal ini membuat kendali perusahaan multinasional menjadi kuat atas sebagian besar sumber daya ekonomi dunia yang paling penting seperti capital, teknologi dan keahlian manajemennya.

Dalam tata hubungan internasional yang mengarah pada globalisasi saat ini, tidak ada satu negara pun di dunia ini yang dapat memenuhi seluruh kebutuhannya tanpa melakukan kerjasama dengan pihak-pihak lain di luar negeri, baik negara, organisasi internasional, organisasi non-pemerintah (NGO) serta yayasan asing. Kerjasama ini mencakup banyak bidang yang umumnya dituangkan dalam bentuk perjanjian.

Intel Corporation sebagai salah satu Multi National Corporation (MNC) terbesar yang menguasai lebih dari separuh pangsa pasar prosesor yang merupakan elemen yang sangat penting bagi perkembangan teknologi dunia secara keseluruhan saat ini, Asia, serta Indonesia pada khususnya tentunya harus berupaya dan bekerja lebih keras untuk mempertahankan eksistensinya yang telah lama dibangun di Indonesia, menjelang AFTA (ASEAN Free Trade Area), dimana Intel Corporation sebagai salah satu Multi National Corporation (MNC) itu sendiri tidak termasuk dalam kerangka AFTA yang merupakan wadah kerjasama regional antar negara anggota ASEAN yang memberikan ketentuan-ketentuan khusus bagi para anggotanya seperti penurunan tarif barang masuk sampai ke titik terendah bagi sesama

antaranya pembuatan film digital, conversi MP3 maupun untuk permainan (game) interaktif. Lebih lanjut menurut Thommas Tansil, Pentium 4 telah mendekati diri pada era yang disebut era PC Luas (The Extended PC Era). Era PC Luas artinya akan semakin banyak *consumer product* yang memasuki era digital dan saling terhubung dengan PC rumah yang kuat. Di era itu, prosesor Pentium 4 sangat berperan meningkatkan kinerja peralatan- peralatan digital. Seperti saat ini diamati, komputer telah mengubah cara orang bekerja dan melakukan aktivitas termasuk di rumah. Dalam perkembangan itu PC menjadi pusat dunia digital yang kian berkembang. Prosesor ini dapat menghemat waktu para konsumen menikmati *music track* dengan kualitas terbaik, memproses gambar-gambar, editing film digital, dan lain-lain. Karena pentium 4 merupakan mikroprosesor paling kuat untuk komputasi dekstop, maka PC berbasis prosesor Pentium 4 ini sangat ideal untuk menempati titik sentral Era PC Luas pada saat ini dan masa depan.

Berikut ini adalah tabel yang berisi contoh-contoh varian produk prosesor Pentium IV yang beredar dan paling banyak di pakai oleh konsumennnya di Indonesia beserta harganya dalam bulan Januari 2005:⁶

⁶ Satia Hati Compuhouse. Hardware Maintenance, Networking, Supplies Price List, Januari 2005

Tabel 1.1

Varian produk favorit prosesor Pentium IV di Indonesia Januari 2005

Nama Prosesor	Harga (dalam US dollar) / Januari 2005	Keterangan
Intel Pentium IV 1,6A Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 84	Habis
Intel Pentium IV 1,8A Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 104	Habis
Intel Pentium IV 2,26 Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 120	
Intel Pentium IV 2,4A Ghz Box socket 478, ORG 1024 k	USD 136	
Intel Pentium IV 2,4B Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 135	
Intel Pentium IV 2,8B Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 179	
Intel Pentium IV 3,0B Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 220	
Intel Pentium IV 2,4C Ghz Tray socket 478, ORG 512 k	USD 156	Habis
Intel Pentium IV 2,6C Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 184	Habis
Intel Pentium IV 2,8C Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 182	Habis
Intel Pentium IV 3,0C Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 208	
Intel Pentium IV 3,2C Ghz Box socket 478, ORG 512 k	USD 245	

Source: Author's field notes. Hardware Maintenance Networking Supplies Price List

Prosesor Intel Pentium 4 sebagai produk unggulan dan sebagai generasi prosesor yang paling canggih yang diproduksi oleh Intel Corporation, semenjak resmi dirilis bulan November 2000 menunjukkan reaksi yang sangat positif dari konsumen terutama pasar komputer di Indonesia Hal itu terbukti dengan besarnya tingkat penjualan prosesor Pentium 4 seperti pada tabel 1.1.

Menjelang AFTA, Intel Corporation dengan produk unggulan Pentium 4-nya diharapkan mampu bersaing dengan produsen teknologi prosesor lain yang menawarkan berbagai macam keunggulannya tersendiri, seperti AMD (Advanced Media Devices), yang dahulunya merupakan *cloner* yang di percaya oleh Intel untuk menggarap beberapa varian chipnya, yang akhirnya mereka melepaskan diri dari Intel untuk kemudian mendirikan perusahaan pembuat prosesor yang mapan dan berdiri sendiri. Untuk menyaingi produk prosesor Intel Pentium 4 terbaru, Advanced Micro Devices Inc. (AMD) meluncurkan mikroprosesor PC pertamanya yang berotak ganda (*dual core*). Ini merupakan perluasan produk AMD yang diharapkan menjadi primadona dalam memacu unjuk kerja PC.

Chip berotak ganda ini ditargetkan untuk menangani fungsi-fungsi rumit. Seperti membuat dan mengedit file-file digital. Pengguna yang diincar adalah para pengguna komputer kelas atas yang biasa menangani proses komputasi yang berat.), kemunculan *chip* tersebut diumumkan pada kesempatan pameran dengan komputer Computer di Taiwan. Selasa 31 Mei

Prosesor ganda AMD Athlon 64 X2, keluar kurang dari seminggu setelah Intel Corp. mengumumkan perkakas sejenis, Pentium D, yang merupakan *chip* berotak ganda pertama keluaran Intel. Sebelumnya AMD telah memperkenalkan *chip* berotak ganda pada bulan April 2005. Tapi ditujukan khusus untuk *server* dan *workstation*.

Dalam urusan penyediaan prosesor jenis ini, AMD dan Intel memang *kebut-kebutan*. Pasalnya kedua perusahaan menyadari, peningkatan kecepatan yang diperoleh dengan menggenjot kinerja *chip* berotak tunggal hanya akan memproduksi panas berlebih. Dan tentunya, tidak akan membawa perubahan berarti dari model sebelumnya.

Akhirnya diputuskan untuk memasukkan dua otak ke dalam satu *chip*, dengan memperlambat kecepatannya sedikit. Dengan begitu, panas yang dihasilkan tidak akan terlalu banyak dan performanya pun semakin bagus.

Meski demikian teknologi ini memiliki sedikit kekurangan. Yaitu hanya menguntungkan pihak-pihak yang biasa menjalankan beberapa program dalam satu waktu. Atau hanya bagi mereka yang komputernya dilengkapi software khusus, yang bisa mengakomodasi kinerja prosesor otak ganda.

Sementara itu AMD mengklaim, *chip* anyar tersebut memang dirancang untuk menjalankan fungsi mesin ganda. Bahkan disinyalir, AMD mengalahkan pamor Intel. Pasalnya, *chip* anyar AMD ini memiliki kapasitas penyimpanan memori lebih dari yang ditawarkan Intel.

AMD, untuk produk prosesor Athlon 64 X2-nya, mematok harga dua kali lipat dari yang ditetapkan Intel untuk produk sejenis. Sebagai contoh

harga *chip* AMD untuk konsumsi *low-end* bernilai US\$537 (Rp 5,1 juta) dengan kecepatan 2,2 gigahertz. Sementara untuk kalangan *high-end* ditetapkan sebesar US\$1001 (Rp 9 juta) dengan kecepatan 2,4 GHz.

Perbandingan dengan Intel Pentium D, untuk *low-end* harganya US\$241 (Rp 2,3 juta) dengan kecepatan 2,8 GHz. Dan harga untuk konsumsi *high-end* adalah US\$530 (Rp 5 juta lebih) dengan kecepatan 3,2 GHz. Selain itu, Intel juga mengeluarkan prosesor otak ganda lainnya, Pentium Extreme Edition yang harganya US\$999 (Rp 9,5 juta) per unitnya.⁷

AMD (Advanced Micro Devices) produsen prosesor pesaing Intel, mengumumkan dua prosesor terbaru mereka untuk komputer jinjing. Hal ini dilakukan setelah kuartal kedua yang positif. Pekan lalu AMD telah mengumumkan 'rapor' kuartal kedua yang cukup baik dengan penjualan prosesor meningkat sebesar 36 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Harga jual untuk Mobile Athlon 64 juga dilaporkan mengalami tren peningkatan. Kini AMD mengumumkan dua jenis prosesor terbaru mereka untuk komputer jinjing. Dilaporkan oleh *ZDNet*, kedua prosesor tersebut merupakan Athlon 64 3400+ dan Athlon XP-M 2200+. Athlon 64 3400+ didesain sebagai prosesor berkemampuan besar, dengan *clock-speed* 2,2 Gigahertz dan *cache* 1 Megabyte. Seperti pesaingnya, Prescott dari Intel, prosesor ini akan memiliki kemampuan keamanan yang sesuai dengan Windows XP Service Pack 2 (SP 2). Selain itu prosesor ini akan mendukung Windows 64-bit. Sementara Athlon XP-M 2200+ merupakan perbaikan dari jajaran *chip* yang

lebih lawas. Berjalan pada 1,66 Gigahertz, prosesor ini memiliki *cache* 512 Kilobyte. Prosesor ini akan digunakan oleh sebuah produsen komputer jinjing untuk menjalankan produk Tablet PC.

Hal itu berarti untuk pertama kalinya prosesor AMD digunakan pada Tablet PC. Tablet PC adalah konsep komputer jinjing yang dicetuskan Microsoft beberapa waktu lalu. Dengan Tablet PC, komputer dapat digunakan dengan satu tangan dan *input* dilakukan lewat perangkat seperti pena. Dalam hal penjualan prosesor untuk *notebook*, AMD saat ini masih tertinggal dari Intel. Mereka juga tidak pernah secara agresif memasarkan produk untuk komputer jinjing, meskipun jajaran prosesor *mobile* berpotensi meraup keuntungan yang lebih besar.

Hal ini mendorong Intel untuk bisa menjalin kerjasama kearah yang lebih baik konsumennya di Indonesia, melalui berbagai strategi baik dengan pemerintahan maupun masyarakat Indonesia secara umum.

E. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengajukan pokok permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimana strategi Intel dengan Pentium 4 sebagai produk unggulan dalam menguasai pasar prosesor di Indonesia dalam menghadapi

F. KERANGKA DASAR TEORI

Teori berfungsi untuk memahami serta memberikan hipotesa secara sistematis, disamping menjelaskan maksud terhadap berbagai fenomena yang ada. Tanpa menggunakan teori, maka fenomena-fenomenanya serta data-data yang ada akan sulit dipahami, disisi lain teori juga dapat berupa sebuah bentuk pernyataan yang menghubungkan konsep-konsep secara logis. Pengertian dari teori itu sendiri adalah sebagai suatu perangkat proposisi yang terintegrasi secara sintaksis yaitu yang mengikuti aturan-aturan tertentu yang dikembangkan secara logis satu dengan yang lainnya dengan data dasar sehingga dapat diamati dan berfungsi sebagai wahana untuk menjelaskan fenomena yang dapat diamati.

Untuk menjelaskan permasalahan mengenai "*Strategi Intel Pentium 4 sebagai produk Intel corporations dalam menguasai pasar teknologi computer Indonesia dalam menghadapi AFTA*", maka penulisan skripsi ini menggunakan teori komunikasi politik pemasaran dan konsep perdagangan bebas. Dengan tujuan agar dapat menggambarkan secara teoritis penulisan ini. Tetapi sebelumnya akan dibahas mengenai pengertian strategi secara umum dari beberapa perspektif.

Definisi strategi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (1993: 856) adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi dalam organisasi didefinisikan sebagai cara organisasi untuk mencapai tujuan-tujuan, mengatasi segala kesulitan dan mengambil kesulitan dengan memanfaatkan sumber-sumber dan kemampuan yang dimilikinya

(Leslie dan Phyllis, 1986:4). Strategi yang baik membantu menyusun dan mengalokasikan sumber-sumber organisasi kedalam sikap aktif dan khusus yang akan menentukan kecakapan dan kelemahan organisasi dalam mengatasi perubahan lingkungan dan menyatukan gerak dengan memanfaatkan kepandaian pesaing (Henry dan James, 1998: 3).

Strategi pada hakekatnya adalah perencanaan (*planning*), manajemen (*managemen*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasioalnya (Effendy, 1992: 7).

1) *Teori komunikasi politik pemasaran*

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Arti pemasaran sering dikacaukan dengan pengertian-pengertian:

- (1) penjualan,
- (2) perdagangan, dan
- (3) distribusi.

Padahal istilah-istilah tersebut hanya merupakan satu bagian dari kegiatan pemasaran secara keseluruhan. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang diproduksi, dan tidak berakhir dengan penjualan.

Kegiatan pemasaran tersebut juga harus dapat memberikan kepuasan

kepada konsumen jika menginginkan usahanya berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik tentang perusahaan.

Definisi yang paling luas yang dapat menerangkan secara jelas arti pentingnya pemasaran dikemukakan oleh William J. Stanton sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli maupun pembeli potensial”.

Komunikasi politik pemasaran merupakan pertukaran informasi dua arah antara pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang terlibat di dalam pemasaran guna mencari informasi mengenai peluang pasar dengan tujuan untuk mengembangkan kekuasaan pasar di dunia internasional.⁸

Komunikasi pemasaran itu sendiri didefinisikan sebagai:

*“Kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pembeli dan penjual, dan merupakan kegiatan yang membantu dalam pengambilan keputusan dibidang pemasaran serta mengarahkan pertukaran agar lebih memuaskan dengan cara menyadarkan semua pihak untuk berbuat lebih baik”.*⁹

Semua pihak yang terlibat dalam proses komunikasi politik pemasaran melakukan cara yang sama, yaitu mendengarkan, bereaksi, dan berbicara sampai tercipta hubungan pertukaran yang memuaskan.

⁸ Stanton, William J. *Marketing*. Edisi Ketiga. Liberty, Yogyakarta, 1999

Pertukaran informasi, penjelasan-penjelasan yang bersifat membujuk dan negosiasi merupakan seluruh bagian dari proses tersebut.

Komunikasi politik pemasaran dapat membantu mempertemukan pembeli dan penjual bersama-sama baik secara langsung maupun tidak langsung dalam suatu hubungan pertukaran: menciptakan arus informasi antara pembeli dan penjual yang membuat kegiatan pertukaran lebih efisien dan memungkinkan semua pihak untuk mencapai persetujuan pertukaran yang memuaskan. Hadirnya Internet sebagai alat komunikasi politik pemasaran memberikan kemudahan bagi dunia perdagangan internasional. Terbukanya akses yang jauh lebih luas karena munculnya kemudahan dalam berkomunikasi tanpa batasan ruang, jarak, dan waktu telah mendorong beragam pemanfaatannya dalam sektor kehidupan. Dan untuk melakukan kegiatan peningkatan pelayanan informasi pasar mengenai Intel dan berbagai macam produknya, maka mereka membuat pusat pelayanan Intel dan data-data tentang harga barang, dengan demikian internet banyak memberikan manfaat dalam terjadinya hubungan dagang antar negara.

2) *Teori Persepsi Konsumen (CPT)*

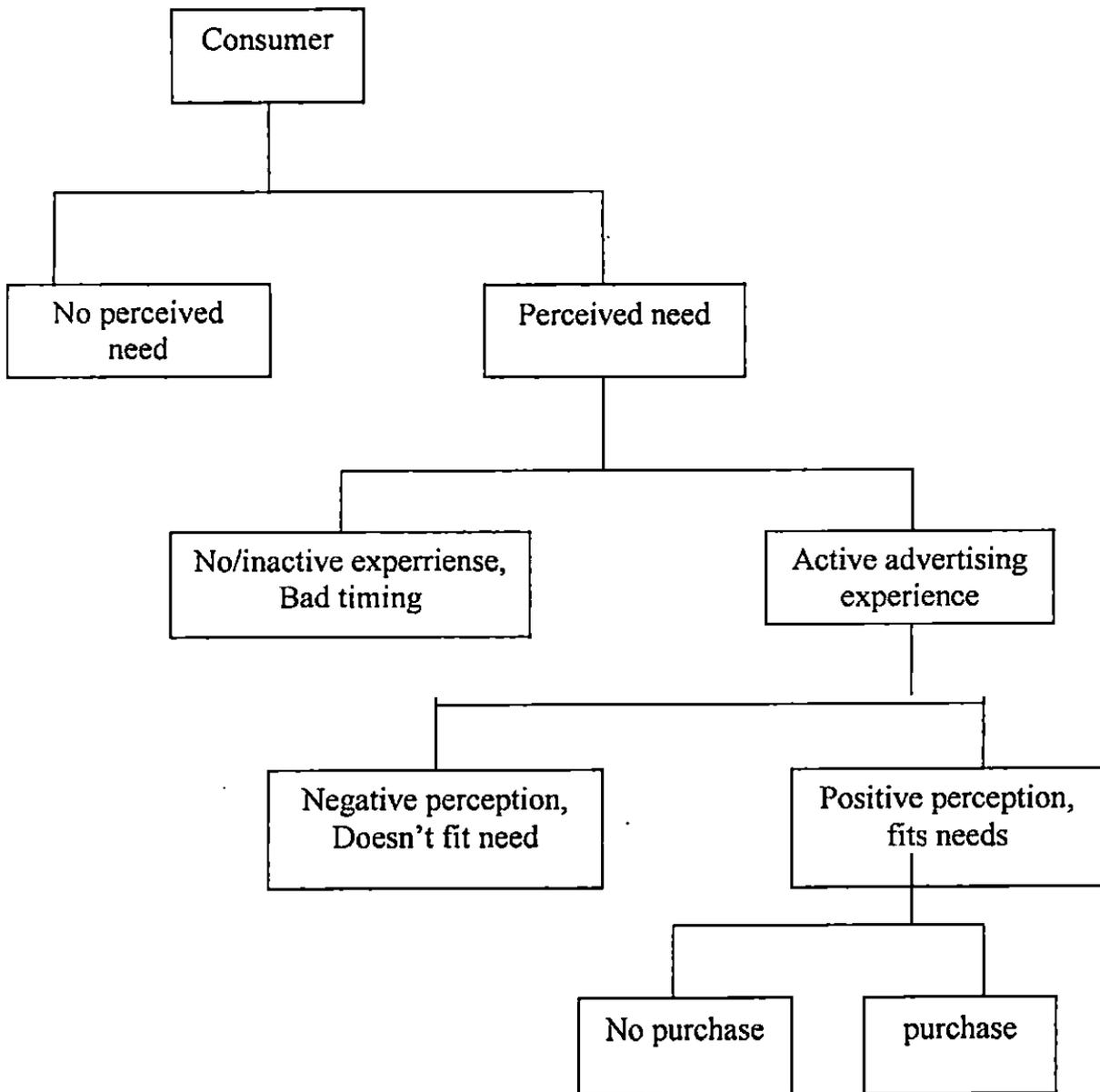
Keberhasilan Intel corporation dalam menguasai pasar teknologi komputer dengan produk unggulan prosesor Intel Pentium 4 di Indonesia tidak hanya karena kerjasama yang sudah dibangun dengan berbagai pihak yang mempunyai peran penting dibidangnya seperti pemerintah, UKM, perusahaan swasta nasional, retailer, dan pihak-pihak lain tetapi juga tidak

segalanya, termasuk dalam hal ini "*periklanan*". Dengan filtrasi budaya pada tempatnya, kita dapat berproses melalui langkah-langkah dari model yang menggambarkan teori itu.

Model 4 Dan Diakibatkan teori persepsi konsumen dapat dijelaskan

Gambar 1.1

CPT (Consumen Perception Theory) Model



Sumber: [Http://](http://)

Dari gambar di atas dapat dijelaskan:

Proses *Consumer Perception Theory* dimulai dengan konsumen: sebuah keinginan perorangan ke arah yang dituju. Konsumen mula-mula harus merasa mempunyai suatu kebutuhan yang ia perlukan, kemudian secara

atau kebutuhannya. Ini merupakan suatu katalisator untuk model ini, dan akan terjadi pada pemilihan waktu strategis dalam proses itu. Setelah diekspos, konsumen akan membentuk suatu opini tentang produk itu. Persepsi ini menjadi kenyataan, menyangku produk itu pada konsumen tersebut. Namun kebenaran ini bisa berubah dengan ekspos ke pesan kompetitif dari suatu sumber yang luas (media lain, para teman, kolom nasihat dll). Jika, seandainya produk tetap diterima, oleh karena iklan itu mewakili kebenaran atas produk, hal positif itu akan menjadi bahan evaluasi bagi konsumen untuk menyesuaikan dengan kebutuhan atau keinginan mereka. Jika barang yang ditawarkan cocok dengan kebutuhan, ada kemungkinan bahwa konsumen akan mulai langkah pembelian. Di dalam tahap pembelian konsumen mempunyai hak untuk memutuskan antara membeli atau tidak membeli produk itu. Lagipula, ada sejumlah variabel melingkupi keputusan ini, yang mempengaruhi keputusan akhir konsumen.

Berdasarkan kesuksesan intel dalam menguasai pasar teknologi komputer di Indonesia adalah merupakan bukti adanya persepsi positif dari konsumen terhadap produk intel Pentium 4

G. HIPOTESA

Berdasarkan kerangka teori di atas, maka penulis mengambil kesimpulan sementara sebagai berikut:

Di tengah persaingan pasar teknologi komputer di Indonesia yang semakin meningkat terutama menghadapi AFTA, Intel Corporations berusaha terus bertahan dalam kegiatan bisnisnya dengan berbagai strategi, diantaranya:

- 1) Selalu berhubungan baik dan menjalin kerjasama dengan pemerintah dan masyarakat Indonesia khususnya sebagai mitra kerja dan target konsumen.
- 2) Mengadakan strategi promosi penjualan dan mempertahankan image sebagai *market leader* dengan tetap bersaing secara sportif dengan produk-produk unggulan berkualitas dengan tingkat jangkauan masyarakat Indonesia.

H. JANGKAUAN PENELITIAN

Ruang lingkup suatu masalah sangat diperlukan agar memperjelas hal-hal yang pokok dalam melihat permasalahan yang akan dibahas, maka untuk membuat pembahasan skripsi yang berjudul:

“Strategi MNC Intel Corporations Menghadapi AFTA Dalam Menguasai Pasar Teknologi Komputer di Indonesia” ini, penulis membatasi waktu tahun 2004 saja, dengan maksud supaya pokok bahasan lebih ramping dan lebih fokus dalam pengolahan data sehingga tercapai tujuan penulis

I METODE PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang penulis untuk mendapatkan data-data untuk kepentingan penelitian ini adalah dengan cara studi pustaka, mempelajari berbagai macam literatur buku, makalah, koran yang berkaitan dengan penelitian, dan selain itu penulis juga memperoleh data-data dari internet sebagai sarana utama.

J SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan skripsi ini akan terbagi menjadi lima bab, yang pada masing-masing bab akan dijelaskan sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan

Dalam bab ini akan memuat tentang: alasan pemilihan judul, tujuan penelitian, latar belakang masalah, pokok permasalahan masalah, kerangka dasar teori, hipotesa, jangkauan penelitian, teknik pengumpulan data.

BAB II: Profil Intel Corporations

Dalam bab ini akan dijelaskan dan digambarkan secara umum tentang perusahaan intel mulai dari sejarah berdirinya, perkembangan produk-produknya, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, dan penjelasan mengenai produk Intel pentium 4

BAB III: ASEAN FREE TRADE AREA (AFTA)

Bab ini akan membahas tentang AFTA yang akan bergulir di Asia, khususnya di Indonesia pada tahun 2010 dan hubungannya dengan pemasaran.

BAB IV: Strategi Intel dalam menguasai pasar komputer Indonesia melalui Pentium 4 sebagai produk andalannya dalam menghadapi AFTA

Bab ini berisi tentang kiat-kiat Intel dalam menggaet perhatian konsumen di Indonesia yang semakin kritis atas produk-produk yang baru, dan juga menjelaskan strategi intel dalam menjalin kerjasama dan hubungan kerjasama yang baik dengan pemerintah Indonesia (kebijakan-kebijakan dagang) dalam membantu proses perdagangan bebas tanpa intervensi sesuai dengan prinsip AFTA.

Bab V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari semua hasil penelitian penulis dan berisi
saran-saran dari penulis untuk perbaikan dimasa yang akan datang