

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di Era globalisasi, Para pelaku bisnis menggunakan internet sebagai alat media yang menguntungkan untuk mengembangkan bisnis Perusahaan. Transaksi bisnis melalui internet ini dikenal dengan nama Ebusiness dan E-commerce. Dengan E-commerce, setiap manusia memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk bersaing dan berhasil berbisnis di dunia maya. Pada era globalisasi pada fenomena dislokasi industri sangat penting bagi pembangunan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, negara maju dan berkembang berfokus dalam memajukan proses industrialisasi.

E-commerce adalah sebuah metode bisnis dimana proses jual dan beli dilakukan secara online melalui media internet yang dapat memudahkan para pelaku bisnis yang baru memulai dan pembeli yang bisa melihat dan memesan barang dari mana saja. Sehingga perdagangan bentuk ini semakin banyak diminati didunia yang mengakibatkan munculnya berbagai situs E-commerce di berbagai belahan dunia. Salah satu E-commerce ini adalah Alibaba Group.

Alibaba Group perusahaan yang di dirikan oleh Jack ma, tahun 1999. Alibaba Group adalah platform jual beli internasional yang khusus melayani transaksi dengan B2B (Business to Business) dan telah menjadi perusahaan E-commerce dari China terbesar kedua di dunia yang sudah berperan penting dari gelombang revolusi perdagangan internasional yang dimana tengah mengalami transformasi ke arah digital dengan perusahaan teknologi global yang terintegrasi yang memulai bisnis dengan membuka platform online yang menghubungkan perusahaan manufaktur, konsumen, juga pengusaha kelas kecil dan menengah untuk melakukan transaksi bisnis lintas batas (Alibaba Group, 2019).

Alibaba Group merupakan perusahaan swasta terpenting dalam pembangunan ekonomi China saat ini, karena telah berkontribusi besar untuk meningkatkan penjualan produk-produk dari dalam negerinya, Alibaba Group juga memiliki banyak keterlibatan kerjasama dengan beberapa negara membantu dalam mempromosikan

pasar E-commerce yang menjadi salah satu pilar utama yang saat ini digunakan oleh banyak negara untuk mempercepat pembangunan ekonomi (Moen, 2010).

Alibaba Group selalu berusaha dalam memperluas dan membangun kekuatan bisnisnya dengan berekspansi ke seluruh dunia seperti kawasan Eropa dan Amerika. Alibaba juga mulai memperluas wilayah ekspansinya ke negara-negara yang ada di kawasan Asia-pasifik. Strategi ekspansi yang dipilih oleh Alibaba Group untuk mengawali masuk ke negara-negara yang ada di Kawasan Asia-Pasifik ini cukup berbeda dengan ekspansi di Kawasan sebelumnya, dengan lebih memilih untuk melakukan sejumlah investasi ke beberapa perusahaan lokal yang juga bergerak di bidang E-commerce ketimbang meluncurkan E-commerce platform miliknya sendiri, termasuk di dalamnya E-commerce milik dari negara Indonesia. Pada tingkat korporasi, aliansi perusahaan nasional tidak hanya mencakup perusahaan lain yang beroperasi di dalam negeri. Persaingan saat ini telah melibatkan perusahaan asing yang berusaha untuk memperoleh pasar di Indonesia agar mendominasi di pasar Indonesia. Bisnis ini juga bermaksud menegaskan bahwa ekspansi internasional merupakan langkah penting untuk meningkatkan tingkat pendapatan yang mungkin tidak akan meningkat jika bisnis terbatas pada pasar domestik. (Bressler, 2012).

J. Michael Evans adalah Presiden Alibaba Group mengatakan bahwa globalisasi merupakan strategi penting bagi pertumbuhan Alibaba Group saat ini dan juga ke masa depan. Dengan investasi di Lazada dan Tokopedia, Alibaba Group akan memperoleh akses ke platform dengan basis konsumen yang besar dan berkembang di luar negeri. Investasi ini sesuai dengan strategi untuk menghubungkan merek, distributor dan konsumen dimanapun mereka berada dan mendukung ekspansi ekosistem perusahaan di Asia Tenggara untuk lebih mudah melayani pelanggannya (Karimuddin, 2016).

Berdasarkan pernyataan Presiden Alibaba Group ini, pihaknya sangat ingin hadir di pasar E-commerce Asia, dengan fokus mengembangkan potensi pasar yang belum sepenuhnya terealisasi. Hal ini dapat terlihat bahwa Alibaba Group berinvestasi terhadap Lazada dan Tokopedia mencerminkan globalisasi keuangan dan kepemilikan modal melalui kritik terhadap saham-saham mayoritas serta konsep investasi asing langsung, yang mengharuskan pelaku pasar untuk memanfaatkan sumber daya lokal

yang belum dimiliki secara maksimal dan belum dimanfaatkan secara maksimal oleh pemain lokal. Indonesia menjadi wilayah ekspansi bisnis Alibaba Group dengan melakukan investasi saham di dua perusahaan E-commerce terbesar di Asia Tenggara seperti Lazada dan Tokopedia. Alibaba Group menyepakati untuk mengakuisisi Lazada pada tanggal 12 April 2016. Lazada merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan jual beli online dan ritel E-commerce, Sebagai pelopor ekosistem E-commerce di Asia Tenggara. Alibaba seperti punya komitmen yang tinggi terhadap bisnis Lazada dan pasar Asia Tenggara dengan terus memberikan dukungan finansial dengan menyuntikkan dana berulang kali dengan investasi sebesar US\$ 1 miliar 2017, US\$ 2 miliar di 2018 (Herman, 2023). Langkah investasi yang dilakukan ini membuat Alibaba menjadi pemilik saham mayoritas dan mengendalikan Lazada. Akuisisi terhadap Lazada oleh Alibaba merupakan investasi luar negeri terbesar sepanjang tahun 2016. Setelah secara resmi mengakuisisi Lazada, Alibaba Group dapat memanfaatkan aset strategis perusahaan tersebut, salah satunya adalah merek.

Melihat total pengunjung situs, Lazada merupakan perusahaan E-commerce terpopuler di Asia Tenggara (Zuhra, 2017). Alibaba Group juga melakukan investasi perusahaan e-commerce di Indonesia dengan membeli saham milik Tokopedia sebesar US\$ 1,1 miliar pada akhir 2017 (Indra, 2017). Tokopedia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang E-commerce terbesar di Indonesia. Tokopedia menyediakan pilihan produk yang beragam di Indonesia dan telah bekerja sama dengan lebih dari sebelas juta penjual dan berbagai toko resmi. Tokopedia juga merupakan salah satu penyumbang terbesar perekonomian di Indonesia dengan menghasilkan lebih dari 1% total perekonomian di Indonesia (Tokopedia, 2019).

Negara Indonesia memiliki pangsa pasar E-commerce yang rendah dibandingkan dengan negara-negara di kawasan Asia Pasifik lainnya, sekitar dibawah 1%. Indonesia memiliki keterbatasan dan belum meratanya mengenai infrastruktur dan logistik yang mendukung bisnis E-commerce di Indonesia. Padahal persoalan infrastruktur serta logistik berpengaruh penting dan menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan pasar E-commerce suatu negara. Infrastruktur logistik yang baik serta mendukung dapat menciptakan efisiensi biaya pemasaran dan waktu yang lebih singkat dalam

mendistribusikan barang ke seluruh wilayah. Sebenarnya Alibaba Group masih memiliki pilihan negara Asia Pasifik lainnya yang lebih mendukung dalam perkembangan perusahaannya seperti Jepang, Korea Selatan, Australia yang dapat dilihat memiliki aspek infrastruktur dan logistik yang lebih baik di bandingkan Indonesia dan juga negara-negara tersebut memiliki pangsa pasar yang besar sehingga lebih layak. Namun Alibaba Group lebih memilih memperluas ekspansi bisnisnya ke Indonesia dengan berinvestasi besar ke Tokopedia dan Lazada. Sehingga Tokopedia dan Lazada ini masuk ke dalam urutan investasi dalam jumlah terbesar yang pernah Alibaba Group lakukan. Dimana masing-masingnya menempati urutan ketiga dan keempat dari seluruh investasi terbesar yang dilakukan Alibaba Group terhadap perusahaan lain. Selama ini, Alibaba Group sering sekali hanya melakukan investasi dalam jumlah besar terhadap sesama perusahaan dan platform E-commerce lokal asal China saja. investasi besar lainnya yang dilakukan terhadap pihak luar ialah terhadap E-commerce asal India. Namun jumlah yang jauh lebih kecil jika dibandingkan dengan jumlah yang Indonesia terima.

Melihat fenomena investasi yang dilakukan Alibaba Group terhadap Indonesia tersebut, penelitian ini berusaha menganalisa faktor-faktor apa yang dimiliki pasar Indonesia yang membuat Alibaba Group tertarik untuk menanamkan modalnya dalam jumlah sedemikian besar. Karena pada dasarnya, pasti terdapat faktor yang melandasi keputusan perusahaan sebesar Alibaba untuk menjadikan Indonesia sebagai lokasi negara tujuan perluasan pasar mereka.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran dari latar belakang tersebut, maka dapat dikemukakan pertanyaan: Mengapa Alibaba Group memilih Indonesia sebagai destinasi ekspansi bisnis perusahaannya?

## **1.3 Landasan Teori**

Penelitian ini menggunakan teori ekonomi politik internasional yang akan membahas konsep State/Government Intervention dan diwarnai oleh ekspansi global

perusahaan multinasional (MNC) dengan mengambil kesempatan dalam berbisnis internasional dengan melakukan investasi langsung di luar negeri Foreign Direct Investment (FDI).

### **1. Konsep State/Government Intervention**

Konsep "State/Government Intervention" merupakan turunan dari teori ekonomi politik internasional, teori ini mengkaji hubungan antara faktor politik dan ekonomi dalam konteks hubungan internasional, termasuk peran pemerintah dalam mengatur aktivitas ekonomi domestik dan internasional. Teori ekonomi politik internasional menyelidiki bagaimana kebijakan pemerintah, kekuatan ekonomi, dan kepentingan politik saling berhubungan dan memengaruhi satu sama lain dalam konteks perdagangan internasional, investasi asing, dan kerjasama ekonomi global.

Perusahaan multinasional telah memimpin internasionalisasi bisnis dengan beroperasi di berbagai negara untuk membantu dan mengintegrasikan pasar domestik dan internasional. Perusahaan multinasional melakukan ekspansi bisnis ke pasar luar negeri karena alasan bukan hanya untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan mereka sendiri, tetapi juga karena unsur kepentingan politik yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan multinasional untuk melakukan ekspansi ke suatu wilayah, baik itu berasal dari pemerintah di negara asalnya (home country) maupun pemerintah di negara tuan rumah (host country).

Konsep yang digunakan dalam penelitian ini termotivasi oleh Richard Grabowski, Rizhard Grabowski banyak membahas tentang peran pemerintah dalam menentukan kebijakan ekonomi dan dampaknya terhadap investasi langsung asing (FDI) di negara-negara tuan rumah. Grabowski mengemukakan bahwa kebijakan pemerintah, baik di negara asal (home country) maupun negara tuan rumah (host country), dapat berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan multinasional dalam melakukan FDI. Contohnya, pemerintah bisa memberikan insentif atau hambatan bagi perusahaan untuk berinvestasi di luar negeri melalui berbagai kebijakan fiskal, moneter, perdagangan, dan regulasi.

Kosep State/Government Intervention melihat pentingnya peran pemerintah dalam menggerakkan dan mempengaruhi aktivitas kebijakan ekonomi, terutama dalam

konteks perdagangan internasional dan termasuk investasi. Peran pemerintah dipercaya dapat mengintervensi pasar serta memberikan perlindungan dalam kepentingan masyarakat dan juga memberikan perlindungan besar dalam kepentingan para investor termasuk investor asing.

Dari Konsep yang dikemukakan oleh Richard Grabowski dimana konsep ini menyatakan bahwa pemerintah memiliki kekuatan untuk campur tangan dalam kegiatan ekonomi melalui kebijakan, regulasi, atau intervensi lainnya yang bertujuan untuk mencapai berbagai tujuan ekonomi dan politik.

## **2. Teori Foreign Direct Investment (FDI)**

Dalam menjalankan kegiatan berbisnis antar negara, perusahaan multinasional tidak akan hilang dari konsep FDI (Foreign Direct Investment). FDI mempunyai hak dari operasi perusahaan diluar maupun negara tempat asalnya. FDI berpengaruh untuk menguntungkan peningkatan dalam pendapatan dari perusahaan yang melakukan investasi, seperti menurut oleh John Harry Dunning yang dikenal sebagai ahli di bidang bisnis internasional asal Inggris ini telah memperkenalkan tipologi motivasi yang komprehensif untuk menjelaskan alasan yang mendasari keputusan perusahaan multinasional dalam melakukan ekspansi ke luar negeri, yang mana motif-motif tersebut dijadikan sebagai analisis pasar oleh perusahaan, apakah wilayah yang menjadi target mereka sesuai dengan motif ekspansi bisnisnya ke luar negeri (Dunning, 1993).

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada Eclectic Approach to International Production (Dunning 1988) mengemukakan bahwa FDI timbul didorong oleh 3 kondisi ini terpenuhi yakni :

- a). Ownership Advantage, kepemilikan khusus yang dilihat dari keunggulan kompetitif dari perusahaan multinasional ketika ingin melakukan FDI. Perusahaan harus memiliki Advantage dalam sisi dari Ownership sebelum melakukan ekspansi kepasar global. Hal ini akan mempengaruhi nilai dan daya saing perusahaan untuk melakukan FDI.
- b). Internationalization Advantage, perusahaan harus internationalization perusahaannya ke tingkat global serta memperluas perusahaannya ke pangsa pasar yang lebih luas, perusahaan akan mendapat keuntungan dalam jangka Panjang. Dengan

beroperasinya perusahaan di negara lain dengan menggabungkan perusahaannya dengan perusahaan dengan negara tujuan dengan akuisisi (host country). Akuisisi dapat dianggap memberikan hasil yang lebih cepat karena mengurangi biaya dan resiko untuk mengalahkan perusahaan lokal lainnya maka dari itu banyak perusahaan multinasional menggunakan strategi akuisisi agar mendapatkan resiko yang lebih rendah.

c). Location Advantage, perusahaan melakukan ekspansi karena memiliki ketertarikan sendiri terhadap lokasi tujuan investasi, dimana perusahaan melihat keunggulan kompetitifnya untuk mendapat keuntungan baru di pasar yang baru. Dengan menanamkan modal investasi perlu mempertimbangkan apakah terdapat keunggulan dari lokasi yang dituju pada pasar yang ingin mereka masuki. Jika terdapat keuntungan, perusahaan dapat mempertimbangkan untuk melakukan investasi melalui penanaman modal asing (FDI).

Dunning juga menganggap untuk mendorong melakukan FDI dari motif pencarian pasar (market seeking), Perusahaan akan mengeksploitasi pasar baru yang dianggap memiliki peluang besar dalam meningkatkan laba agar perusahaannya mencapai keunggulan kompetitif untuk memperkuat posisi perusahaannya dalam bersaing di pasar luar negeri. Menurut Dunning motif ini berfokus pada tiga aspek utama yaitu ukuran pasar (market size), potensi pasar (market potential), dan keterbukaan pasar (market openness).

Teori ini dapat menyatakan Alibaba Group memiliki keunggulan kepemilikan teknologi dan pengalaman dalam bisnis E-commerce yang menjadi keuntungan mereka dalam memasuki pasar Indonesia dan memilih Indonesia dengan melihat keunggulan kompetitifnya untuk mendapat keuntungan baru di pasar yang baru.

#### **1.4 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan teori yang telah diuraikan sebelumnya, Penelitian ini memiliki hipotesis bahwa Ekspansi Alibaba Group ke Indonesia di dorong oleh: pertama, adanya dukungan kebijakan pasar terbuka yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Kedua, karena potensi yang dimiliki oleh pasar Indonesia, khususnya dalam perkembangan E-commerce.

### **1.5 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode kualitatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan dan menganalisis alasan Alibaba Group memilih Indonesia sebagai destinasi ekspansi bisnis perusahaannya. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari penelaahan studi kepustakaan dan hasil pencarian data melalui internet seperti jurnal, website, dan buku yang fokus terhadap studi kasus diatas untuk menjawab rumusan masalah.

### **1.6 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berupaya menjawab rumusan masalah yang telah di tentukan oleh penulis. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan memahami alasan mengapa Alibaba Group memilih Indonesia sebagai destinasi memperluas ekspansi bisnis perusahaannya dalam pasar E-commerce. Penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan Alibaba Group memilih Indonesia sebagai destinasi ekspansi perusahaannya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang strategi ekspansi Alibaba Group di Indonesia.

### **1.7 Jangkauan Penelitian**

Guna dalam memberikan batas fokus pembahasan pada penelitian ini tetap sesuai dengan judul di atas, maka penulis menganalisis tentang Ekspansi Alibaba Group terhadap perkembangan pasar E-commerce di Indonesia dan Alasan Alibaba Group memilih Indonesia sebagai destinasi ekspansi perusahannya dengan pembahasan yang akan berlangsung dari tahun 2016 hingga 2019.

### **1.8 Sistematika Penulisan**

Untuk membuat pembahasan skripsi ini lebih jelas, penulis membaginya menjadi lima bab bahasan sebagai berikut:

- BAB I Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, kerangka teori, hipotesis, metode penelitian, jangkauan penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II Membahas dinamika Ecommerce di Indonesia yang menjelaskan bagaimana perkembangan pasar E-commerce dikawasan Asia Pasifik dan Indonesia sehingga menjadi target ekspansi oleh Alibaba Group.
- BAB III Membahas tentang potensi yang dimiliki Indonesia sehingga menjadi alasan destinasi investasi dari perusahaan Alibaba Group, hingga regulasi pemerintah terhadap keterbukaan pasar E-commerce.
- BAB IV Merupakan Bab terakhir yang berisi kesimpulan dari pembahasan keseluruhan penelitian.