

# **STRATEGI EKSPANSI PT RUANG RAYA INDONESIA DI VIETNAM**

## **SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana (S-1) Dalam Bidang Ilmu Hubungan Internasional**



**Disusun Oleh :**

**ERIKA SUKMA SARI  
07041381621151**

**PROGRAM STUDI ILMU HUBUNGAN INTERNASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
PALEMBANG  
2021**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI  
STRATEGI EKSPANSI PT RUANG RAYA INDONESIA DI VIETNAM**

**SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**ERIKA SUKMA SARI**

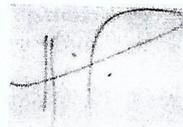
**07041381621151**

**Telah Disetujui oleh Dosen Pembimbing,  
Pembimbing I**



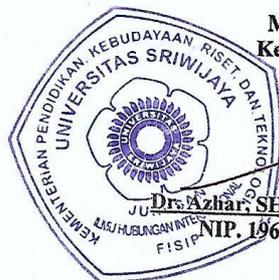
**Hoirun Nisvak, S.Pd., M.Pd  
NIP. 1978030220021220002**

**Pembimbing II**

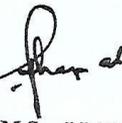


**Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub.Int  
NIP. 1610082505890002**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan**



**Drs. Azhar, SH., M.Sc., LL.M., LL.D.  
NIP. 196504271989031003**



**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI**

**HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI  
STRATEGI EKSPANSI PT RUANG RAYA INDONESIA DI VIETNAM  
SKRIPSI**

**Disusun Oleh :**

**ERIKA SUKMA SARI**

**07041381621151**

**Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji**

**Pada Tanggal 15 Juni 2021**

**Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat**

**TIM PENGUJI SKRIPSI**

**Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd**  
Ketua



**Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub. Int**  
Anggota



**Sari Mutiara Aisyah, S.IP., MA**  
Anggota



**Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si**  
Anggota

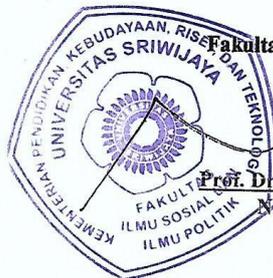


**Palembang, 15 Juni 2021**

**Mengesahkan**

**Dekan,**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Sriwijaya**



**Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si**

**NIP. 196311061990031001**

# LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Erika Sukma Sari

NIM : 07041381621151

Jurusan : Ilmu Hubungan Internasional

Menyatakan dengan sungguh – sungguh bahwa skripsi yang berjudul “Strategi Ekspansi PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam” ini adalah benar-benar karya saya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku sesuai dengan Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi. Apabila di kemudian hari, ada pelanggaran yang ditemukan dalam skripsi ini dan/atau ada pengaduan dari pihak lain terhadap keaslian karya ini, saya bersedia menanggung sanksi yang dijatuhkan kepada saya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguh tanpa pemaksaan dari pihak manapun.

Palembang, 15 Juni 2021  
Yang membuat pernyataan,



Erika Sukma Sari

NIM. 07041381621151

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala, karena berkat rahmat, anugerah, kasih sayang dan pertolongan-Nya lah penulis dapat mengerjakan dan juga menyelesaikan skripsi penulis yang berjudul "Strategi Ekspansi PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam" dengan penuh rasa syukur yang besar dan terima kasih yang banyak.

Penulis menyusun dan menulis skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas sebagai mahasiswi dan mendapatkan gelar sarjana dalam Program Studi Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sriwijaya. Skripsi ini penulis susun dan selesaikan dengan baik atas bantuan banyak pihak yang ikut dalam proses, ide, penyusunan, penyelesaian, dukungan yang dimana menjadikan skripsi ini sampai kepada tahapan selesai, rasa syukur dan terima kasih penulis ucapkan khususnya kepada :

1. Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah memberikan penulis kesempatan, waktu, kesehatan serta lingkungan yang positif disekitar penulis dengan memberikan dan mendatangkan orang – orang yang baik dan membantu penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh rasa syukur, inspiratif dan semangat.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE, selaku rektor Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Prof. Dr. Kgs. Muhammad Sobri, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Ibu Hoirun Nisyak, S.Pd., M.Pd, selaku dosen pembimbing penulis yang pertama yang telah memberikan penulis bimbingan, masukan, saran, kepercayaan pada potensi penulis, kemudahan dalam penyusunan skripsi dan ilmu yang sangat bermanfaat, dan tidak lupa memberikan penulis semangat, doa dan harapan yang

baik kepada penulis sehingga penulis dapat sampai pada titik ini yaitu telah menyelesaikan skripsi ini. Penulis sangat berterima kasih atas apresiasi dan kepercayaan yang telah diberikan beliau selama masa pengerjaan skripsi ini yang membuat penulis semangat dan percaya pada potensi penulis.

5. Bapak Indra Tamsyah, S.IP., M.Hub.Int, selaku dosen pembimbing penulis yang kedua yang telah memberikan penulis judul awal yang sangat membantu penulis, ilmu, kepercayaan, saran, masukan, doa, selalu memberikan dorongan – dorongan positif dan mengapresiasi kinerja dan potensi penulis, dan memberikan kemudahan yang memperlancar penyusunan skripsi ini. Penulis sangat berterima kasih dan bersyukur karena beliau terus menerus yang memberikan penulis semangat yang kuat dan kepercayaan kepada potensi penulis dan selalu memberikan *reminder* yang sangat berkesan bagi penulis hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Muchammad Yustian Yusa, S.S., M.Si, selaku dosen penguji penulis yang memberikan penulis saran dan masukan terkait judul yang sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan lebih baik lagi dan Ibu Sari Mutiara Aisyah, S.IP., MA, selaku dosen penguji yang memberikan penulis masukan yang membantu penulis memperbaiki skripsi menjadi lebih baik dan saran serta pengalaman yang berharga.
7. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Hubungan Internasional yang telah banyak memberikan ilmu, pelajaran, pengalaman, masukan, dan banyak informasi semasa penulis dalam masa perkuliahan maupun selama masa pengerjaan skripsi, dimana penulis sangat bersyukur dan berterima kasih akan pengetahuan dan pengalaman yang telah diberikan.
8. Orang Tua penulis Bapak Edi Susanto dan Ibu Rosyidah yang menjadi orang – orang yang paling utama untuk penulis ucapkan terima kasih yang banyak dan rasa

syukur atas masukan, perhatian, rasa sayang, cinta, dorongan – dorongan positif dan selalu memberikan semangat baik dalam bentuk masukan, saran serta pengalaman yang sangat membantu penulis selama masa pengerjaan skripsi hingga skripsi selesai. Serta selalu mendukung penulis segi materiil yang tidak pernah berhenti untuk mencukupi kebutuhan penulis dan selalu mengingatkan penulis untuk tidak menyerah pada rasa malas dan tidak berputus asa.

9. Serta kepada saudari – saudari penulis Yuk Rani yaitu kakak perempuan pertama penulis yang selalu terbuka untuk keluhan – keluhan penulis, selalu berusaha untuk mengerti keadaan penulis selama masa pengerjaan skripsi hingga skripsi selesai dan juga selalu memberikan dorongan – dorongan positif baik dari segi masukan yang membangun, saran, perhatian dan segi materiil yang sangat membantu penulis untuk semangat pada masa mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini. Yuk Sari yaitu kakak perempuan kedua penulis yang banyak membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini, penyusunan penataan skripsi, dan pengerjaan terkait hal – hal yang penulis tidak tahu yang dimana penulis sangat merasa terbantu dan penulis sangat berterima kasih karena telah diberikan ilmu yang belum penulis ketahui terkait penyusunan skripsi, saran, dan dorongan positif selama masa pengerjaan skripsi hingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan baik dengan rasa syukur.
10. Semua pihak dan teman – teman kuliah penulis HI Bukit 2016 yang pernah terlibat dalam pengerjaan skripsi dan sudah menemani penulis semasa kuliah Ullya Mauli dan Meyani Nindi dan mengisinya dengan banyak pengalaman berharga, kepada teman seperjuangan skripsi Nabilah Arindya, Dian Junita yang sudah mengisi waktu dan menemani penulis selama masa pengerjaan skripsi dan memberikan banyak *insight* baru yang banyak mempengaruhi skripsi penulis menjadi lebih baik lagi, dan juga mengingatkan penulis untuk terus mengerjakan skripsi dan tidak

menyerah, Dinah yang sudah mau menemani penulis dan Oditri Aprilia dan Diah Permata yang cepat tanggap dan ada saat penulis membutuhkan informasi tentang penyusunan skripsi dan berkas kelulusan lainnya, kepada Anisya Diana dan Salsabila yang selalu menyemangati penulis dan memberikan saran yang berguna kepada penulis dan kepada teman – teman penulis yang membantu penulis dalam pengurusan berkas administrasi yudisium dan wisuda, terima kasih kepada semua yang ikut terlibat.

11. Paling utama dan paling berjasa yaitu kepada diri penulis sendiri yang sudah sangat kuat, sangat berbakat, tidak menyerah dan berputus asa, bersabar, selalu berusaha untuk mengambil hal positif dari semua keadaan, dan sangat cerdas dalam mengelola informasi. Penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak dan memberikan apresiasi kepada orang sukses ini yaitu Erika Sukma Sari, terima kasih karena selalu menjadi dirimu sendiri, kamu hebat karena telah menyelesaikan skripsi ini dengan membanggakan dan penuh rasa syukur.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga skripsi ini dapat menjadi ilmu pengetahuan, membantu banyak pihak dan menambah wawasan kepada semuanya

Palembang, 15 Juni 2021  
Penulis

**Erika Sukma Sari**  
**07041381621151**

## INTISARI

Kemunculan teknologi karena adanya fenomena globalisasi telah memodernisasi banyak hal termasuk kemampuan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan manusia yang tak terbatas dan *impulsive* akan sandang dan pangan serta pemenuhan kebutuhan akan ilmu pengetahuan menjadikan manusia terus mencari cara efektif dan efisien dalam mengelolah sumber dayanya. Fenomena globalisasi memunculkan kemudahan dalam melakukan banyak hal, dengan teknologi, bisnis menjadi semakin berkembang. Pelaku usaha baru terus bermunculan dan bersaing untuk melebarkan pengaruhnya. Spektrum usaha dan keuntungan yang meningkat menjadi semakin nyata dengan kemudahan yang disuguhkan oleh kemunculan globalisasi baik bagi produsen maupun konsumen. Penelitian ini juga memperlihatkan kegiatan yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia ini karena tujuan perusahaan untuk memperluas pengaruhnya dan juga memperbesar keuntungan dengan memperluas cakupan pasar serta kapasitas produksinya untuk menunjukkan eksistensinya di pasar luar negeri. Kegiatan perluasan pasar oleh perusahaan ini disebut juga dengan ekspansi. Ekspansi yang dilakukan oleh *Startup* dalam perluasan pengaruhnya secara internasional juga dapat memberikan dampak positif tidak hanya kepada penyedia, namun juga negara asalnya, hal ini menjadi peluang Indonesia untuk mendapatkan aliran dana investasi dan adopsi teknologi dari luar negeri. Hal tersebut dapat meningkatkan daya saing *Startup*. Penelitian yang membahas tentang strategi yang diambil oleh sebuah perusahaan asal Indonesia ini, yang telah sukses menggabungkan dua hal penting yaitu Edukasi dan Teknologi, menjadi sebuah kemudahan baru yang akan memudahkan pengguna layanan sebagai pemenuh kebutuhan akan pendidikannya, inovasi yang ditawarkan oleh perusahaan ini bahkan sudah mampu menunjukkan kepiawaiannya dengan lebih dari 22 juta pengguna Ruangguru dan 1 juta pengguna untuk layanannya di Vietnam yaitu Kien Guru. Salah satu ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia yaitu merupakan pembukaan cabang di Negara pertama tujuan ekspansinya yaitu Vietnam dengan nama Kien Guru pada tahun 2019.

Kata Kunci : Strategi Ekspansi, Perdagangan Jasa, Vietnam, PT Ruang Raya Indonesia, Investasi

## ABSTRACT

The emergence of technology due to the phenomenon of globalization has modernized many things including the ability of humans to meet their needs. The infinite and impulsive human need for clothing and food and the fulfillment of the need for science, making humans continue to look for effective and efficient ways to manage their resources. The phenomenon of globalization gives rise to the ease of doing many things, with technology, business becomes increasingly growing. New business actors continue to emerge and compete to expand their influence. The increasing spectrum of business and profits is becoming increasingly real with the conveniences presented by the emergence of globalization, both for producers and consumers. This research also shows the activities carried out by PT Ruang Raya Indonesia because of the company's goal to expand its influence and to expand its influence and also increase profits by expands the scope of the market as well as its production capacity to demonstrate its existence in foreign markets. Market expansion activities by this company are also called expansion. The expansion carried out by Startup in expanding its influence internationally can also have a positive impact not only to providers, but also its home country, this is an opportunity for Indonesia to get the flow of investment funds and the adoption of technology from abroad. This can increase the competitiveness of startups. Research that discusses the strategy taken by an Indonesian company, which has successfully combined two important things are education and technology, become a new facility that will make it easier for service users as a driver of the need for education, the innovation offered by this company has even been able to show his expertise with more than 22 million Ruangguru users and 1 million users for its services in Vietnam is Kien Guru. One of the expansions carried out by PT Ruang Raya Indonesia is the opening of a branch in the first country of expansion destination, namely Vietnam with the name Kien Guru in 2019.

Keywords: Expansion Strategy, Service Trade, Vietnam, PT Ruang Raya Indonesia, Investment.

## DAFTAR ISI

|                                                                 |             |
|-----------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>                     | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI.....</b>                     | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                      | <b>iii</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                      | <b>iv</b>   |
| <b>INTISARI.....</b>                                            | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                           | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                                         | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                       | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                       | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>                                   | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                               | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN .....</b>                                        | <b>1</b>    |
| <b>a. Latar Belakang .....</b>                                  | <b>1</b>    |
| <b>b. Rumusan Masalah.....</b>                                  | <b>10</b>   |
| <b>c. Tujuan Penelitian .....</b>                               | <b>11</b>   |
| <b>d. Manfaat Penelitian .....</b>                              | <b>11</b>   |
| <b>1. Manfaat Teoritis .....</b>                                | <b>11</b>   |
| <b>2. Manfaat Praktis .....</b>                                 | <b>12</b>   |
| <b>e. Kajian Pustaka .....</b>                                  | <b>12</b>   |
| <b>f. Kerangka Konseptual .....</b>                             | <b>16</b>   |
| <b>1. Liberalisasi Perdagangan Bagi Startup Indonesia .....</b> | <b>16</b>   |
| <b>2. Strategi Ekspansi .....</b>                               | <b>22</b>   |
| <b>3. Penanaman Modal Asing.....</b>                            | <b>25</b>   |
| <b>g. Alur Pemikiran.....</b>                                   | <b>26</b>   |
| <b>h. Argumentasi Utama .....</b>                               | <b>27</b>   |
| <b>i. Metode Penelitian.....</b>                                | <b>27</b>   |
| <b>1. Jenis Penelitian dan Sumber Data .....</b>                | <b>27</b>   |
| <b>2. Teknik Pengumpulan Data.....</b>                          | <b>28</b>   |
| <b>3. Teknik Keabsahan Data .....</b>                           | <b>28</b>   |
| <b>4. Teknik Analisis Data.....</b>                             | <b>30</b>   |
| <b>j. Fokus Penelitian .....</b>                                | <b>30</b>   |
| <b>k. Unit Analisis .....</b>                                   | <b>31</b>   |

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB II .....</b>                                                  | <b>32</b> |
| <b>PROFIL PT RUANG RAYA INDONESIA .....</b>                          | <b>32</b> |
| <b>2.1 Kerjasama Indonesia dan Vietnam .....</b>                     | <b>32</b> |
| <b>2.2 PT Ruang Raya Indonesia .....</b>                             | <b>34</b> |
| <b>2.2.1 Ruangguru.....</b>                                          | <b>36</b> |
| <b>2.2.3 Investor.....</b>                                           | <b>38</b> |
| <b>2.2.4 Kien Guru .....</b>                                         | <b>38</b> |
| <b>BAB III.....</b>                                                  | <b>44</b> |
| <b>STRATEGI PT RUANG RAYA INDONESIA.....</b>                         | <b>44</b> |
| <b>3.1 Strategi Ekspansi PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam.....</b> | <b>44</b> |
| <b>a. Strategi Internasional .....</b>                               | <b>45</b> |
| <b>b. Bisnis internasional.....</b>                                  | <b>47</b> |
| <b>c. Perdagangan Jasa .....</b>                                     | <b>48</b> |
| <b>d. Investasi Asing Langsung .....</b>                             | <b>51</b> |
| <b>3.2 Indikator Ekspansi di Vietnam .....</b>                       | <b>52</b> |
| <b>a. PT Ruang Raya Indonesia dan Mitra di Negara Tujuan.....</b>    | <b>52</b> |
| <b>b. PT Ruang Raya Indonesia dan Perdagangan Jasa.....</b>          | <b>61</b> |
| <b>c. PT Ruang Raya Indonesia dan Kerjasama dengan Vietnam.....</b>  | <b>66</b> |
| <b>BAB IV .....</b>                                                  | <b>75</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>                                                 | <b>75</b> |
| <b>4.1 Kesimpulan.....</b>                                           | <b>75</b> |
| <b>4.2 Saran.....</b>                                                | <b>77</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                           | <b>78</b> |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>                                        | <b>84</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                         |           |
|---------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Tabel 1.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....</b>        | <b>15</b> |
| <b>Tabel 2.1 Tabel Fokus Penelitian.....</b>            | <b>31</b> |
| <b>Tabel 3.1 Tabel Fitur dan Layanan Aplikasi .....</b> | <b>37</b> |
| <b>Tabel 4.1 Tabel Kategori Startup Edutech .....</b>   | <b>42</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Gambar 1.1 Gambar Tinjauan Pustaka .....</b>                | <b>15</b> |
| <b>Gambar 2.1 Gambar Alur Pemikiran .....</b>                  | <b>26</b> |
| <b>Gambar 3.1 Gambar Website Kien Guru .....</b>               | <b>40</b> |
| <b>Gambar 3.2 Gambar Pilihan Level / Kelas Kien Guru .....</b> | <b>41</b> |
| <b>Gambar 3.3 Gambar Metode Pembayaran Kien Guru .....</b>     | <b>41</b> |

## DAFTAR SINGKATAN

|           |                                                                   |
|-----------|-------------------------------------------------------------------|
| AFTA      | : ASEAN Free Trade Area                                           |
| APJII     | : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia                  |
| ASEAN     | : Association of Southeast Asian Nations                          |
| ASEAN + 3 | : Association of Southeast Asian Nations + 3 East Asian Countries |
| BKPM      | : Badan Koordinasi Penanaman Modal                                |
| CEO       | : Chief Executive Officer                                         |
| CPO       | : Chief Product Officer                                           |
| EduTech   | : Education Technology                                            |
| FDI       | : Foreign Direct Investment                                       |
| FTA       | : Free Trade Agreement                                            |
| GATS      | : General Agreement on Trade in Service                           |
| G.10      | : Group of Ten                                                    |
| HCMC      | : Ho Chi Minh City                                                |
| HI        | : Hubungan Internasional                                          |
| IGO       | : Inter – Governmental Organization                               |
| IMF       | : International Monetary Fund                                     |
| JV        | : Joint Venture                                                   |
| MEA       | : Masyarakat Ekonomi ASEAN                                        |
| MNC       | : Multinational Corporation                                       |
| NGO       | : Non – Governmental Organization                                 |
| PDB       | : Produk Domestik Bruto                                           |
| PMA       | : Penanaman Modal Asing                                           |
| PJJ       | : Pembelajaran Jarak Jauh                                         |
| PMDN      | : Penanaman Modal Dalam Negeri                                    |
| PT        | : Perseroan Terbatas                                              |
| RCEP      | : Regional Comprehensive Economic Partnership                     |
| R&D       | : Research and Development                                        |
| SDGs      | : Sustainable Development Goals                                   |

|      |                                      |
|------|--------------------------------------|
| TIK  | : Teknologi Informasi dan Komunikasi |
| UMKM | : Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah   |
| USD  | : United States Dollar               |
| UU   | : Undang – Undang                    |
| WFH  | : Work From Home                     |
| WTO  | : World Trade Organization           |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### a. Latar Belakang

Dalam Hubungan Internasional, era globalisasi merupakan era dimana ruang yang semula ‘besar’ menjadi lebih ‘kecil’. Dimana globalisasi mengakibatkan terbentuknya demokrasi dan masyarakat sipil yang global yang menyangkut pola pikir masyarakat menjadi tidak segan dalam mengutarakan opini dan pendapatnya dan mulai membuka wawasannya akan isu-isu dunia dan berfikir secara global (Scholte, 2001). Sejalan dengan hal tersebut, dimana opsi untuk melakukan investasi menjadi lebih luas, perusahaan dapat dengan mudah mencari modalnya tidak hanya dari negaranya, namun melalui pasar saham masyarakat global. Mendirikan cabang perusahaan di Negara-negara lain yang juga disebut perusahaan multinasional sebagai bentuk dari pengaruh globalisasi. Oleh karena itu, peluang bagi pengusaha ataupun yang ingin memulai bisnis seperti jenis bisnis *startup* terbuka luas dengan memanfaatkan internet dan teknologi saat ini. Pemanfaatan tersebut juga berguna pada sektor edukasi, yang dimana dapat mengembangkan interaksi teritoris menjadi lebih praktis antar pengajar dan pelajar dimanapun dan kapanpun, ini dapat mengisi bagian kosong bagi siswa yang masih sulit dalam mempelajari pelajaran di sekolah dengan pemanfaatan teknologi saat ini.

Menurut Rosenberg (2001:8), dengan adanya perkembangan pada TIK bentuk pergeseran terhadap proses pembelajaran pun terjadi yaitu :

- a. Dari ruang ke kelas dimana dan kapan saja
- b. Dari media kertas ke media “*on line*” atau saluran,
- c. Dari fasilitas fisik ke fasilitas jaringan kerja (Rosenberg, 2001).

Mendukung pernyataan tersebut, menurut hasil survei dan studi oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) dan Polling Indonesia pada 2018 lalu mengalami peningkatan dan tumbuh 10,12 persen.

Perekonomian negara di dunia sekarang ini dengan cepat menjadi semakin terbuka dan saling membutuhkan, yang di mana pada setiap negara berusaha untuk meningkatkan daya saing mereka (*competitiveness*) yang dimana hal tersebut untuk mendapatkan *gains from trade* atau keuntungan dari perdagangan. Menurut Barro (2003), pertumbuhan ekonomi itu hubungannya sangat erat dengan keterbukaan terhadap perekonomian pada suatu negara, di mana perdagangan bebas atau perdagangan internasional dapat memberikan suatu dampak positif dan juga signifikan pada pertumbuhan ekonomi (Barro, 2003). Perdagangan internasional atau juga perdagangan bebas tidak hanya mengenai liberalisasi perdagangan barang saja namun juga mengenai liberalisasi pada perdagangan jasa. Liberalisasi pada perdagangan jasa ialah pertama kali diatur dalam sebuah negoisasi yaitu negosiasi *Uruguay Round*, yang di mana pada tahun 1995 dibentuk *General Agreement on Trade in Services* (GATS) oleh *World Trade Organization* (WTO).

Perjalanan globalisasi perdagangan hingga mencapai tahap antar Negara juga merupakan bukti bahwa adanya agenda utama pada liberalisasi perdagangan dimana meredukasi hambatan pada perdagangan (*trade barriers*) pada perdagangan jasa, barang maupun investasi dan hak milik intelektual sangatlah penting, perubahan yang terjadi juga menjadi bakal dari terbentuknya kelompok perdagangan yang juga membantu yang dibentuk berdasarkan kedekatan pada lokasi wilayah atau disebut juga integrasi regional ataupun berdasarkan pada skala ekonomi yang ada.

FTA atau *free trade agreement* pun terbentuk sebagaimana bentuk kesepakatan beberapa Negara yang sepakat dimana adanya penghapusan pada beberapa hambatan pada

sektor perdagangan seperti dalam bentuk *tariff* atau disebut juga Bea masuk dan juga *non-tariff*. Adanya FTA juga dipercaya dapat memberikan banyak bentuk kemudahan pada akses pasar yang dimana hal tersebut dapat memberikan banyak peluang namun juga dapat memberikan beberapa ancaman bagi suatu Negara (Ardiansyah, 2014).

Keberadaan *free trade* pada perdagangan internasional sudah banyak memberikan dampak positif bagi perekonomian Negara, bagi Indonesia adanya AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) sebagai bentuk upaya dalam memberikan peningkatan pada perekonomian, adanya keinginan untuk memperluas kerjasama pun dilakukan dengan pembentukan RCEP (*Regional Comprehensive Economic Partnership*) yaitu untuk memberikan konsep yang lebih mendalam dan diharapkan memberikan keuntungan yang lebih besar dimana perluasan FTA ini melibatkan 15 negara (Ardiansyah, 2014). Komitmen perdagangan internasional yang dilakukan pemerintah Indonesia khususnya dalam mendorong kegiatan *free trade* dan mendukung keikutsertaan dalam RCEP yang diharapkan dapat mendatangkan keuntungan pada perdagangan bebas di Indonesia baik di sektor barang, jasa, maupun investasi.

Fenomena perdagangan bebas atau kegiatan perdagangan internasional ini memiliki banyak teori yang membahas mengenai bagaimana dan kenapa, seperti teori keunggulan kooperatif yang dahulu berhasil menjelaskan mengenai fenomena pada kegiatan perdagangan internasional dalam waktu yang lama, namun keberadaan MNC dan perusahaan yang mulai peka terhadap keuntungan investasi pada pertumbuhan perekonomian individu atau Negara mulai menjadikan teori tersebut tergantikan.

Pada perdagangan bebas terdapat perdagangan jasa dan barang keduanya berbeda, perdagangan jasa ialah bersifat *intangibile* dan juga *invisible*. Pada peningkatan *competitiveness*nya sektor jasa ialah sebagai karakteristik dari perekonomian modern.

Menurut Shepherd dan Pasadilla (2012) yang menyatakan bahwa pada transisi perekonomian ke arah pengembangan sektor jasa dalam perdagangan internasional akan ada perdorongan bagi negara berkembang untuk dapat keluar dari *middle income trap* (Shepherd & Pasadilla, 2012). Sektor jasa sendiri merupakan salah satu sektor pendukung yang sangat penting bagi sektor-sektor lainnya, Menurut Deadorf f (2000); Francois dan Hoekman (2009); dan Arnold,dkk (2007) ialah sektor jasa dapat berpengaruh pada produktivitas sektor manufaktur, dan juga liberalisasi perdagangan sektor jasa akan meningkatkan kinerja dari sektor manufaktur sehingga dapat mendorong adanya peningkatan pada perdagangan barang (Arnold, 2007) (Deadorff, 2000) (Francois & Hoekman, 2009).

Berfokus pada kegiatan individu atau perusahaan sebagai tonggak baru dalam memberikan keuntungan pada persaingan dalam membangun pertumbuhan perekonomian. *The Competitive Advantage of Nations* pada tahun 1990 oleh Michael Porter yang beranggapan bahwa faktor penentu pada persaingan ialah perusahaannya dimana tinggi rendahnya tingkat kompetitif suatu Negara ditentukan oleh kepiawaian perusahaan tersebut (Porter, 1990). Apabila dilihat dari kemampuan negaranya, Indonesia memiliki banyak kelebihan dibandingkan Negara lainnya di ASEAN, besaran populasi, besarnya pasar Indonesia, besarnya PDB Indonesia, perdagangan Indonesia dan FDI (*Foreign Direct Investment*) ke Indonesia dibandingkan Negara anggota ASEAN lainnya.

Globalisasi banyak mempengaruhi cara manusia beradaptasi dan melakukan sesuatu. Adanya penyebaran dari budaya, ekonomi dan sosial dalam lintas batas negara internasional memperlihatkan bahwa globalisasi telah menyentuh hampir disegala segi aspek dalam ekonomi, politik, komunikasi, teknologi dan baik di segi lainnya (Jackson & Georg, 2014). Salah satu segi yang dipengaruhi oleh globalisasi ialah ekonomi, dalam

kegiatan ekonomi yang awalnya hanya sebatas pertukaran barang ataupun jasa, kini menjadi lebih efektif dan efisien. Kegiatan diarahkan menjadi lebih *simple* dan tidak memakan banyak tenaga pada alurnya. Hal tersebut menunjukkan hubungan yang signifikan pada perkembangan informasi, komunikasi dan teknologi yang mempengaruhi perkembangan ekonomi pada suatu negara. Dengan adanya perkembangan yang terjadi akibat adanya hubungan tersebut dapat mendorong fenomena yang lebih luas lagi antara ekonomi dan teknologi yaitu adanya era ekonomi digital.

Adanya inovasi antara komunikasi dan teknologi yang memberikan *impact* pada hal ekonomi, dan politik suatu negara, dampaknya juga tidak hanya ekonomi, lingkungan pendidikan, dan kesehatan juga terlibat yang menjadikan fenomena ini disebut dengan fenomena ekonomi digital. Kehadiran internet yang menjadi salah satu hal yang tercipta oleh adanya inovasi – inovasi tersebut banyak mempermudah dan membantu masyarakat, pemerintah maupun aktor – aktor internasional dalam menyusun dan mengambil keputusan strategis pada kejadian yang ada. Digitalisasi telah banyak membawa kearah perubahan teknologi digital yang belum pernah ada. Persiapan yang matang bagi negara untuk memahami ekonomi digital dan dampaknya tentu dapat membantu negara kedepannya yaitu dengan perumusan kebijakan – kebijakan bisnis dan informasi dan dapat memberikan solusi terhadap adopsi teknologi dan memberikan inovasi terhadap pencegahan risiko yang mungkin akan terjadi kedepannya (Eric Schimidt & Jared Cohen, 2013).

Sebagai salah satu negara yang memanfaatkan adanya teknologi yang mempermudah banyak hal, Indonesia memiliki banyak unit bisnis yang menjanjikan, unit bisnis tersebut melihat adanya potensi dan pasar yang lebih menguntungkan dengan adanya kemudahan teknologi ini. Pemanfaatan teknologi pada bidang ekonomi yaitu kemunculan ekonomi digital memberikan banyak kemudahan, keefisienan, dan menjadikan harga beberapa

keperluan menjadi lebih ergonomis. Tingkat keefisienan adanya ekonomi digital ini menjadikan jarak dan alat transportasi lebih singkat dan mudah.

Ekonomi digital tidak hanya memberikan perkembangan pesat dari segi manfaat pada masyarakat secara langsung saja, namun dalam hal hubungan dan bisnis internasional, adanya ekonomi digital dapat merangsang pelaku baru dalam sistem ekonomi. Keuntungan yang didapat dengan pemanfaatan teknologi dan penyebaran informasi terkait bisnis yang semakin mudah, sangat besar.

Hal tersebut membuktikan bahwa kajian HI (Hubungan Internasional) telah dipengaruhi secara signifikan oleh globalisasi. Berawal dari *state centris* dan sekarang lebih luas dalam hal penilaian pada pelaku / aktor *non – state*, contohnya, MNC (*Multinational Corporation*), NGO (*Non – Governmental Organization*), dan juga IGO (*Inter – Governmental Organization*) dalam penyelesaian serta keterlibatan dalam aktifitas kajian hubungan internasional dalam menjalankan bisnisnya diseluruh dunia (MNC) (Arlyan, 2018).

Aktifitas yang dilakukan oleh MNC ini banyak memberikan pengaruh teknologi dan ekonomi pada negara maju dan berkembang. Sebagai aktor hubungan internasional dan unit ekonominya, MNC memberikan pengaruh besar pada perkembangan dunia termasuk ekonomi dan politik yang didukung oleh adanya Teknologi, Informasi dan Komunikasi sebagai dukungan besar bagi MNC yang dimana kedua hal tersebut merupakan salah satu pilar inti dalam perkembangan globalisasi (Wibowo, 2010).

Adanya teknologi informasi dan komunikasi memberikan akses kemudahan bagi pelaku bisnis dalam mengembangkan sampai memasarkan layanan ataupun produknya pada cakupan pasar yang lebih besar lagi. MNC ataupun pelaku bisnis yang dipengaruhi oleh globalisasi secara internasional melakukan aktivitas perdagangannya dengan melihat

dan memanfaatkan potensi bisnis di skala internasional. Perdagangan internasional terjadi karena adanya kebutuhan dan keinginan yang harus dipenuhi yang menembus batas antar negara produsen dan konsumen.

Pada kenyataannya, saat ini perdagangan internasional mendorong banyak pihak baik individu maupun pemerintah untuk melihat bahwa teknologi dan bisnis sudah mulai menyatu dan mengambil alih dan menggantikan serta meningkatkan tingkat pertumbuhan ekonomi menjadi lebih kompetitif dan menguntungkan. Potensi *Startup* menjadi salah satu konsep bisnis yang menjanjikan bagi pelaku bisnis pada era ekonomi digital saat ini. *Startup* lokal di Indonesia saat ini sudah sangat berkembang dan menjanjikan, daya saing yang bisa diberikan oleh Indonesia dengan analisa beberapa teori yang ada menunjukkan adanya perkembangan bahwa bisnis ini dapat dijadikan sebagai salah satu opsi untuk meningkatkan daya saing bagi Indonesia dalam meningkatkan perannya di pasar internasional terlebih pada pasar ekonomi di ASEAN dimana perkembangan *Startup* lokal Indonesia masih menjadi yang unggul.

Adanya pertumbuhan yang dilakukan individu dalam melakukan bisnis *Startup* ini memberikan angin segar bagi Negara dimana adanya pemasukan positif yang dilakukan oleh para investor yang masuk untuk berinvestasi pada *startup-startup* Indonesia yang berpotensi bagi mereka. Dengan adanya investasi memberikan bukti positif dalam memberikan perubahan baik bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa peran investasi bagi pertumbuhan perekonomian dalam jangka panjang. Bertambahnya kesempatan kerja, peningkatan kegiatan ekonomi, peningkatan pada pendapatan Negara dan meningkatkan tingkat kemakmuran masyarakatnya.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Sukirno, bahwa investasi merupakan salah satu komponen penting dari pengeluaran agregat dimana kenaikan pada kegiatan investasi akan

memberikan kenaikan pada permintaan agregat dan juga pendapatan Negara yang juga diikuti oleh signifikan pada kenaikan lapangan pekerjaan dimana hal tersebut memberikan dampak lebih pada kesempatan kerja bagi masyarakat (Sukirno, 1995).

Saat ini keunggulan dan keberhasilan *Startup* sudah memberikan hasil yang memuaskan, keran investasi pun semakin terbuka untuk para pemula *Startup* dimana hal tersebut mendorong para anak muda untuk terus berupaya kreatif. Banyaknya investor asing dan dalam negeri memberikan angin segar bagi *Startup-startup* untuk melebarkan sayapnya lebih luas dan mengambil langkah besar untuk memperkenalkan dan menunjukkan keunggulannya kepada Negara lain sebagai contoh dan penegasan terhadap potensi Indonesia yang terus naik signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Sejalan dengan hal tersebut, ekspansi yang merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperluas pengaruhnya dan juga memperbesar keuntungannya dengan memperluas cakupan pasar serta kapasitas produksinya. Ekspansi yang dilakukan oleh UMKM dan *Startup* dalam perluasan pengaruhnya secara internasional juga menjadi peluang Indonesia untuk mendapatkan aliran dana investasi dan adopsi teknologi dari luar negeri. Hal tersebut dapat meningkatkan daya saing UMKM dan *Startup*.

*Startup* Indonesia memiliki banyak potensi yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi Negara. Potensi yang besar untuk meningkatkan daya saing Indonesia pada era MEA. Potensi *Startup* yang memberika kekuatan pada perekonomian dalam menghadapi MEA yang dimana mereka mendukung pada performa dalam ekonomi domestik. Banyak pendapat serta pengakuan pada potensi *Startup* Indonesia yang disebut dapat menyaingi Cina dan India yang memiliki populasi besar juga di ASEAN+3, dimana Indonesia dapat menjadi salah satu negara dengan potensi ekonomi digital yang menjanjikan di ASEAN.

*Startup* sendiri menjadi salah satu cara pemanfaatan teknologi saat ini yang terus berkembang dengan memanfaatkan pangsa pasar akan sektor jasa dengan permintaan yang semakin meningkat. Adapun di Indonesia, *Startup* mulai bermunculan untuk mengisi kekosongan dengan memanfaatkan kebutuhan masyarakat saat ini, contohnya saja kebutuhan akan pendidikan saat ini yang dapat memudahkan, dulu untuk memenuhi kebutuhan pendidikan selain pendidikan formal yaitu dengan mengikuti kegiatan kursus dimana datang ketempat kursus langsung bertatap muka dengan pengajar, namun sekarang teknologi dan *Startup* dituntut untuk dapat menjadikan metode tersebut menjadi lebih mudah dan efisien, seperti pemanfaatan *gadget and other online device*. Di Indonesia sendiri *startup education technology* (EduTech) mulai menjamur salah satunya yang terbesar ialah dari perusahaan PT Ruang Raya Indonesia yaitu Ruangguru.

PT Ruang Raya Indonesia (Ruangguru) merupakan perseroan terbatas yang bergerak pada bidang pendidikan nonformal yang didirikan menurut dan berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia serta telah memperoleh Izin Pendirian Satuan Pendidikan Nonformal dan Izin Operasional Lembaga Kursus Pelatihan dengan Nomor 3/A.5a/31.74.01/-1.851.332/2018 (Ruangguru, Tentang Ruangguru, 2020). PT Ruang Raya Indonesia merupakan perusahaan teknologi terbesar di Indonesia yang berfokus pada layanan berbasis pendidikan. Perusahaan ini didirikan sejak tahun 2014 oleh Belva Devara dan Iman Usman, yang keduanya berhasil masuk dalam jajaran pengusaha sukses di bawah 30 tahun melalui *Forbes 30 under 30* untuk sektor teknologi konsumen di Asia. Di tahun 2019, mereka mendapat penghargaan sebagai *Emerging Entrepreneur dari Ernst & Young*.

Merasakan antusiasme dari generasi *milenial* di Indonesia yang merupakan salah satu Negara dengan dampak globalisasi yang besar yaitu pada dampak penggunaan internetnya, *startup* di bidang pendidikan ini juga menarik minat dan berhasil merambah dunia

internasional dengan membuka cabang internasional di salah satu Negara tetangga di Asia Tenggara yaitu Vietnam. Melakukan ekspansi operasional perdananya, Ruangguru mendapatkan kerjasama dan suntikan dana besar pada pembukaan di Vietnam sebesar ± 2,1 triliun rupiah yang merupakan pendanaan seri c oleh investor *General Atlantic* dan *GGV Capital* dan investor lainnya seperti yang diumumkan oleh platform Ruangguru sendiri (CNBC, 2019).

Di Vietnam sendiri platform tersebut diberi nama Kienguru (Kienguru, 2020). Di Vietnam juga untuk pesaing sangat minim atau belum banyak. Menurut salah satu pendiri Ruangguru, Iman Usman, ada hal yang menjadikan Kienguru dan Ruangguru berbeda yaitu dari segi karakteristiknya. Selain fitur/layanan pada aplikasi Ruangguru dan Kienguru berbeda, karena disesuaikan terhadap kebutuhan masyarakatnya masing-masing. Kienguru sendiri masih memiliki fitur atau layanan yang terbatas, dikarenakan masih tetap mencari kesesuaian kebutuhan masyarakat yang ada. Di Vietnam, Iman menyatakan bahwa masyarakat ataupun penggunanya lebih berfikir kritis pada layanan edukasi berbasis pendidikan. Anggapan "Sekolah juga lebih bagus. Kienguru hanya sebagai komplementer, dimana hal tersebutlah yang berpengaruh pada konten yang ada pada aplikasi Kienguru. Dalam unggahannya itu Belva menyatakan bahwa mereka telah meluncurkan program televisi dengan judul Kienguru di stasiun televisi Vietnam.

## **b. Rumusan Masalah**

Bagaimana strategi ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam?

### **c. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitiannya ialah bertujuan melihat ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam.

### **d. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini memiliki 2 manfaat yaitu Teoritis dan Praktis, sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Teoritis**

- ✓ Pada manfaat teoritis ini diharapkan dapat memberikan landasan bagi para peneliti ataupun penulis lainnya yang memiliki ketertarikan akan bahasan yang penulis angkat, dimana hal tersebut masih membutuhkan perhatian besar pemerintah yang diharapkan agar dapat memanfaatkan kecanggihan dan kemudahan pada era ini untuk terus meningkatkan nilai dari *Startup* ataupun umkm nya dengan terus memetakan dan menganalisis terhadap strategi yang unggul dalam melakukan perluasan pengaruh secara Internasional, dalam hal tersebut juga diharapkan pemerintah dapat melihat potensi yang ada pada tindakan ekspansi ini yang dimana hal tersebut dapat menjadi salah satu mutu pendorong perekonomian Negara salah satunya dengan menciptakan lapangan kerja.
- ✓ Memberikan sumbangan pemikiran bagi pihak terkait untuk terus meningkatkan kinerja dan kualitas daya pendidik, pekerja dan pihak terkait lainnya agar tercipta suasana dan pengalaman baik pada setiap layanannya.

## 2. Manfaat Praktis

- ✓ Untuk memenuhi syarat dalam meraih gelar strata 1 (S-1) pada bidang Ilmu Hubungan Internasional Universitas Sriwijaya.
- ✓ Diharapkan dengan ketertarikan akan bahasan ini dapat menjadikan topik bahasan ini sebagai langkah awal pertimbangan masyarakat dan pemerintah serta industri usaha terkait, untuk memahami masalah yang ada.

### e. Kajian Pustaka

Beberapa penelitian terdahulu penulis cantumkan sebagai bahan dasar teori penulis untuk tema yang diambil dan sebagai pembanding guna mendapatkan jawaban terhadap judul yang penulis ambil dalam melakukan penelitian ini. Penelitian terdahulu memberikan acuan yang membantu penulis dalam hal ide – ide baru dan menginspirasi jangkauan penelitian penulis. Sumber penelitian terdahulu dipilih atas dasar bagian yang memiliki kesamaan konsep ataupun arah penelitian, sehingga dapat memberikan pemahaman baru dan mendalam bagi skripsi penulis. Sumbernya dapat ditemukan di buku, jurnal, dan skripsi.

**Tabel Penelitian Terdahulu**

| No | Penelitian Terdahulu | Keterangan                                                                                                     |
|----|----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Nama Penulis         | <i>Faizatul Amala dan Unggul Heriqbaldi</i>                                                                    |
|    | Judul                | <i>DAMPAK KETERBUKAAN PERDAGANGAN INTERNASIONAL SEKTOR JASA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI: PENDEKATAN PANEL</i> |

|    |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|----|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                  | <i>DINAMIS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|    | Nama Jurnal      | <i>Jurnal Ekonomi dan Bisnis</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|    | Tahun            | 2015                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|    | Hasil Penelitian | Perdagangan internasional juga terjadi karena adanya harapan akan keuntungan dari perdagangan oleh suatu Negara dengan Negara lainnya ( <i>gains from trade</i> ). Perdagangan internasional memberikan kesempatan kepada setiap negara untuk melakukan spesialisasi dalam memproduksi barang. Perdagangan internasional saat ini sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi baik Negara berpendapatan tinggi, sedang, maupun rendah. Kedua hal tersebut erat ikatannya dalam membangun suatu Negara. Sektor jasa yang juga menjadi faktor pendukung terbesar pada sektor barang, menjadikan sektor jasa menjadi sektor yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi. Dalam beberapa pendapat, sektor jasa diyakini dapat menjadi pilihan bijak bagi Negara berkembang untuk memperbaiki perekonomiannya dan dapat keluar dari <i>middle income trap</i> untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomiannya. |
|    | Perbandingan     | Penelitian yang penulis lakukan ingin melihat strategi yang dilakukan atas pencapaian PT Ruang Raya Indonesia yang telah melakukan ekspansinya di Vietnam, hal tersebut menjadikan perbandingan antara fokus penelitian penulis dan jurnal sebelumnya. (Amala & Heriqbaldi, 2015)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 2. | Nama Penulis     | <i>Dina Setio Charity, Edy Yulianto, dan Wilopo</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|    | Judul            | <i>ANALISIS STRATEGI DALAM MEMASUKI PASAR INTERNASIONAL (STUDI KASUS PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA DALAM EKSPANSI</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

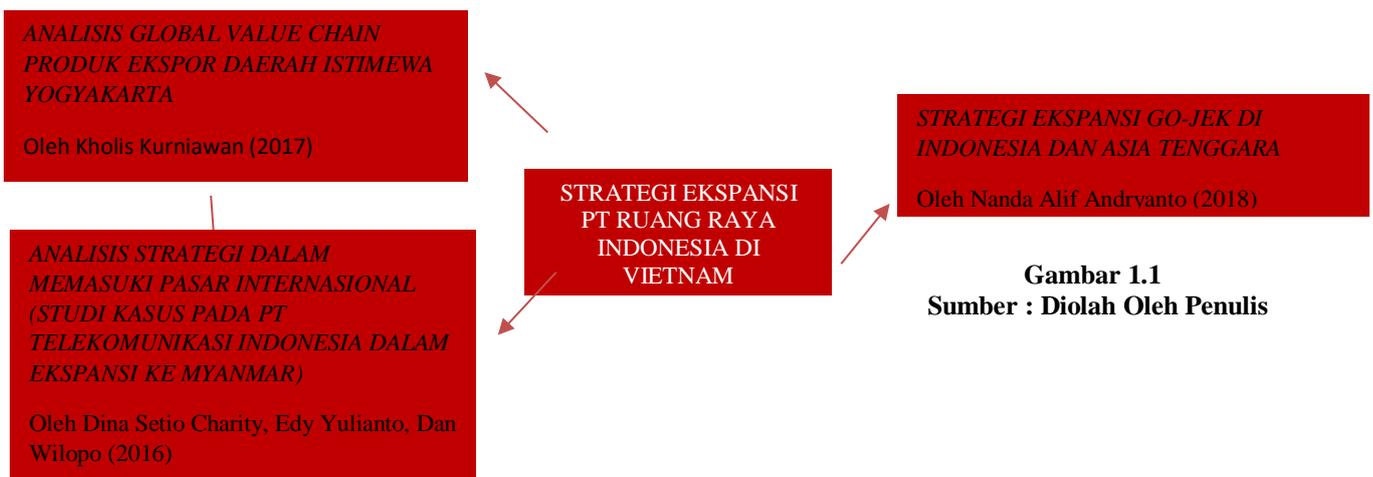
|           |                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|           |                  | <i>KE MYANMAR)</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|           | Nama Jurnal      | <i>JURNAL ADMINISTRASI BISNIS</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|           | Tahun            | 2016                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|           | Hasil Penelitian | Didoring oleh visi untuk memperluas pengaruh dan memperkuat jangkauan pasar, serta untuk memenuhi visi dan meningkatkan pendapatan, menjadi strategi utama bagi perusahaan dalam melakukan ekspansi ke Myanmar. Melakukan investasi secara langsung dengan Negara tujuan, membangun anak perusahaan, membangun komunikasi yang baik serta menjalin hubungan erat langkah demi langkah tersebut dilakukan oleh perusahaan untuk memperlancar proses dan perkembangan anak perusahaan yang dimana dengan kepercayaan dari perusahaan utama ditunjuk pemimpin untuk bertugas disana. Hal tersebut menjadi keunggulan perusahaan dalam hal mengelola cara masuk yang tepat sesuai dengan tujuan yang dipilih dengan teori yang digunakan. |
|           | Perbandingan     | Penelitian yang penulis lakukan ingin melihat strategi yang dilakukan atas pencapaian PT Ruang Raya Indonesia yang telah melakukan ekspansinya di Vietnam, hal tersebut menjadikan perbandingan antara fokus penelitian penulis dan jurnal sebelumnya.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>3.</b> | Nama Penulis     | <i>Nanda Alif Andryanto</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|           | Judul            | <i>STRATEGI EKSPANSI GO-JEK DI INDONESIA DAN ASIA TENGGARA</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|           | Nama Jurnal      | <i>KARYA ILMIAH UNIVERSITAS KATOLIK<br/>PARAHYANGAN</i>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|           | Tahun            | 2018                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hasil Penelitian | Dengan melakukan kerjasama dengan perusahaan local dan melakukan <i>merger</i> dengan perusahaan lokal, GO-JEK percaya diri akan dapat bersaing dengan perusahaan di negara tersebut seperti keberhasilan di negara asalnya Indonesia. Perhitungan strategi ekspansi yang dipilih oleh GO-JEK dengan tujuan untuk memperkuat jejak di Indonesia dan mempertegas kemampuannya di Negara tujuan lainnya, dimana pemanfaatan kemajuan ekonomi dan teknologi serta perubahan sosial dapat menjadi keuntungan yang baik bagi perusahaan transportasi <i>online</i> tersebut. |
| Perbandingan     | Penelitian yang penulis lakukan ingin melihat strategi yang dilakukan atas pencapaian PT Ruang Raya Indonesia yang telah melakukan ekspansinya di Vietnam, hal tersebut menjadikan perbandingan antara fokus penelitian penulis dan jurnal sebelumnya.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

**Tabel 1.1**

Sumber : Diolah Oleh Penulis

• **Tinjauan Pustaka**



**Gambar 1.1**  
Sumber : Diolah Oleh Penulis

## **f. Kerangka Konseptual**

### **1. Liberalisasi Perdagangan Bagi Startup Indonesia**

Perdagangan bebas atau juga sering disebut dengan perdagangan internasional merupakan kegiatan yang sudah banyak dilakukan oleh banyak Negara, yang dimana transaksi yang dilakukan melalui sistem perdagangan khususnya antar Negara diyakini dapat memberikan dampak positif pada perekonomian suatu Negara. Selain dapat menjadi salah satu indikator pertumbuhan dan inflasi pada suatu Negara, perdagangan internasional juga terjadi akibat keinginan dan naluri manusia dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya.

Pertumbuhan dan kepadatan penduduk di suatu Negara dapat menjadi penyebab tingginya siklus perdagangan di Negara tersebut dan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sebagian besar masyarakatnya, perdagangan internasional tidak dapat terelakkan. Banyaknya kebutuhan yang harus di penuhi membuat banyak Negara tertarik untuk melakukan penjualan secara internasional dengan melalui perdagangan secara internasional, karenanya persaingan saat ini terhadap perdagangan internasional sangat besar dan semakin luas secara global. Perdagangan yang merupakan kegiatan yang tidak selalu stabil menjadikannya pilihan terbaik namun juga bisa menjadi pilihan terburuk bagi individu ataupun pemerintah yang menempuh jalan tersebut.

Menurut Christianto (2013), yang dikutip dalam kamus ekonomi, perdagangan luar negeri merupakan aspek yang sangat penting bagi perekonomian pada suatu Negara. Kegiatan yang terjadi antara dua Negara atau lebih ini juga sangat penting bagi suatu Negara dalam mencari pasar di Negara lain, kegiatan bagi hasil pada industri terkait dalam negeri dan pengadaan barang yang menjadi pendukung dalam perkembangan industri di dalam negeri. Kegiatan mencari keuntungan dengan permintaan dan penawaran di ranah

pasar internasional antara dua Negara/individu atau lebih merupakan kunci utama dari dasar pengenalan pada kegiatan perdagangan internasional (Christianto, 2013).

Menurut Gerber (2011) yaitu Negara dengan penguasaan dan pemberdayaan pada sumber daya teknologinya akan mengalami percepatan dalam menghasilkan keuntungan dimana mereka akan lebih banyak diuntungkan dengan adanya perdagangan internasional atau perdagangan bebas ini, namun terdapat kekalahan dalam bersaing dengan persaingan internasional bagi Negara yang hanya mengandalkan sumber daya alam atau kekayaan alamnya saja tanpa mengetahui cara menghasilkan keuntungan lebih darinya (Gerber, 2011).

Bentuk perdagangan bebas memiliki banyak ragam, adanya liberalisasi perdagangan atau juga sering disebut dengan perdagangan bebas (*free trade*) memberikan dampak positif yang signifikan bagi beberapa Negara yang melakukannya. Kegiatan perdagangan antar Negara tanpa adanya hambatan inilah yang menjadi proses menuju kegiatan perdagangan bebas.

Adanya perdagangan bebas sendiri merupakan bentuk dari kegiatan perdagangan internasional, yang dimana kegiatan tersebut dilakukan oleh suatu Negara dengan alasan tertentu dan tentunya beberapa faktor pendorongnya, adapun 3 faktor pendorong utama yang menjadi alasannya yaitu adanya keuntungan yang akan diperoleh oleh kegiatan produksi maupun konsumsi oleh kedua belah pihak; terjadinya fokus pada produksi yang dimiliki oleh masing-masing Negara yang diiringi oleh keunggulan masing-masing yaitu kompetitif dan kooperatifnya; dengan adanya kegiatan yang terjadi antar dua Negara menjadikan pertukaran ataupun transfer teknologi akan terjadi dengan adanya kegiatan yang dilakukan oleh Negara ataupun masuknya produk dari tempat yang lebih berkembang ataupun maju (Ismalina, 2016).

Dampak adanya keterbukaan pada kebijakan liberalisasi perdagangan terhadap perekonomian sangatlah positif, contohnya di Indonesia, menurut beberapa penelitian terkait mengatakan bahwa adanya kenaikan yang positif dan signifikan pada neraca perdagangan Indonesia yang meningkat (Feridhanusetyawan & Pangestu, 2003), yang disertai dengan kegiatan ekspor yang juga meningkat pada keseluruhan scenario terkait. Bukannya hanya Indonesia, dampak positif karena keterbukaan perdagangan pada pertumbuhan ekonomi juga dirasakan oleh Negara-negara lainnya contohnya Negara-negara ASEAN+3 (Purwanto, 2011).

Perjalanan globalisasi perdagangan hingga mencapai tahap antar Negara juga merupakan bukti bahwa adanya agenda utama pada liberalisasi perdagangan dimana mereduksi hambatan pada perdagangan (*trade barriers*) pada perdagangan jasa, barang maupun investasi dan hak milik intelektual sangatlah penting, perubahan yang terjadi juga menjadi bakal dari terbentuknya kelompok perdagangan yang juga membantu yang dibentuk berdasarkan kedekatan pada lokasi wilayah atau disebut juga integrasi regional ataupun berdasarkan pada skala ekonomi yang ada.

FTA atau *free trade agreement* pun terbentuk sebagaimana bentuk kesepakatan beberapa Negara yang sepakat dimana adanya penghapusan pada beberapa hambatan pada sektor perdagangan seperti dalam bentuk *tariff* atau disebut juga Bea masuk dan juga *non-tariff*. Adanya FTA yang merupakan bagian dari globalisasi perdagangan juga dipercaya dapat memberikan banyak bentuk kemudahan pada akses pasar yang dimana hal tersebut dapat memberikan banyak peluang namun juga dapat memberikan beberapa ancaman bagi suatu Negara (Ardiansyah, 2014).

Keberadaan *free trade* pada perdagangan internasional sudah banyak memberikan dampak positif bagi perekonomian Negara, bagi Indonesia adanya AFTA sebagai bentuk

upaya dalam memberikan peningkatan pada perekonomian, adanya keinginan untuk memperluas kerjasama pun dilakukan dengan pembentukan RCEP (*Regional Comprehensive Economic Partnership*) yaitu untuk memberikan konsep yang lebih mendalam dan diharapkan memberikan keuntungan yang lebih besar dimana perluasan FTA ini melibatkan 15 negara (Ardiansyah, 2014). Komitmen perdagangan internasional yang dilakukan pemerintah Indonesia khususnya dalam mendorong kegiatan *free trade* dan mendukung keikutsertaan dalam RCEP yang diharapkan dapat mendatangkan keuntungan pada perdagangan bebas di Indonesia baik di sektor barang, jasa, maupun investasi.

Fenomena perdagangan bebas atau kegiatan perdagangan internasional ini memiliki banyak teori yang membahas mengenai bagaimana dan kenapa, seperti teori keunggulan kooperatif yang dahulu berhasil menjelaskan mengenai fenomena pada kegiatan perdagangan internasional dalam waktu yang lama, namun keberadaan MNC dan perusahaan yang mulai peka terhadap keuntungan investasi pada pertumbuhan perekonomian individu atau Negara mulai menjadikan teori tersebut tergantikan.

Berfokus pada kegiatan individu atau perusahaan sebagai tonggak baru dalam memberikan keuntungan pada persaingan dalam membangun pertumbuhan perekonomian. *The Competitive Advantage of Nations* pada tahun 1990 oleh Michael Porter yang beranggapan bahwa faktor penentu pada persaingan ialah perusahaannya dimana tinggi rendahnya tingkat kompetitif suatu Negara ditentukan oleh kepiawaian perusahaan tersebut (Porter, 1990). Apabila dilihat dari kemampuan negaranya, Indonesia memiliki banyak kelebihan dibandingkan Negara lainnya di ASEAN, besaran populasi, besarnya pasar Indonesia, besarnya PDB Indonesia, perdagangan Indonesia dan FDI ke Indonesia dibandingkan Negara anggota ASEAN lainnya.

Pada kenyataannya, saat ini perdagangan internasional mendorong banyak pihak baik individu maupun pemerintah untuk melihat bahwa teknologi dan bisnis sudah mulai menyatu dan mengambil alih dan menggantikan serta meningkatkan tingkat pertumbuhan ekonomi menjadi lebih kompetitif dan menguntungkan. Potensi *Startup* lokal di Indonesia saat ini sudah sangat berkembang dan menjajikan, daya saing yang bisa diberikan oleh Indonesia dengan analisa beberapa teori yang ada menunjukkan adanya perkembangan bahwa bisnis ini dapat dijadikan sebagai salah satu opsi untuk meningkatkan daya saing bagi Indonesia dalam meningkatkan perannya di pasar internasional terlebih pada pasar ekonomi di ASEAN dimana perkembangan *Startup* lokal Indonesia masih menjadi yang unggul.

Adanya pertumbuhan yang dilakukan individu dalam melakukan bisnis *Startup* ini memberikan angin segar bagi Negara dimana adanya pemasukan positif yang dilakukan oleh para investor yang masuk untuk berinvestasi pada *startup-startup* Indonesia yang berpotensi bagi mereka. Dengan adanya investasi memberikan bukti positif dalam memberikan perubahan baik bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa peran investasi bagi pertumbuhan perekonomian dalam jangka panjang. Bertambahnya kesempatan kerja, peningkatan kegiatan ekonomi, peningkatan pada pendapatan Negara dan meningkatkan tingkat kemakmuran masyarakatnya.

Sejalan dengan hal tersebut, menurut Sukirno, bahwa investasi merupakan salah satu komponen penting dari pengeluaran agregat dimana kenaikan pada kegiatan investasi akan memberikan kenaikan pada permintaan agregat dan juga pendapatan Negara yang juga diikuti oleh signifikan pada kenaikan lapangan pekerjaan dimana hal tersebut memberikan dampak lebih pada kesempatan kerja bagi masyarakat (Sukirno, 1995).

Saat ini keunggulan dan keberhasilan *Startup* sudah memberikan hasil yang memuaskan, keran investasi pun semakin terbuka untuk para pemula *Startup* dimana hal tersebut mendorong para anak muda untuk terus berupaya kreatif. Banyaknya investor asing dan dalam negeri memberikan angin segar bagi *startup-startup* untuk melebarkan sayapnya lebih luas dan mengambil langkah besar untuk memperkenalkan dan menunjukkan keunggulannya kepada Negara lain sebagai contoh dan penegasan terhadap potensi Indonesia yang terus naik signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Sejalan dengan hal tersebut, ekspansi yang merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperluas pengaruhnya dan juga memperbesar keuntungannya dengan memperluas cakupan pasar serta kapasitas produksinya. Ekspansi yang dilakukan oleh UMKM dan *Startup* dalam perluasan pengaruhnya secara internasional juga menjadi peluang Indonesia untuk mendapatkan aliran dana investasi dan adopsi teknologi dari luar negeri. Hal tersebut dapat meningkatkan daya saing UMKM dan *Startup*.

*Startup* Indonesia memiliki banyak potensi yang dapat memberikan banyak keuntungan bagi Negara. Potensi yang besar untuk meningkatkan daya saing Indonesia pada era MEA. Potensi *Startup* yang memberika kekuatan pada perekonomian dalam menghadapi MEA yang dimana mereka mendukung pada performa dalam ekonomi domestik. Banyak pendapat serta pengakuan pada potensi *startup* Indonesia yang disebut dapat menyaingi Cina dan India yang memiliki populasi besar juga di ASEAN+3, dimana Indonesia dapat menjadi salah satu negNegarangan potensi ekonomi digital yang menjanjikan di ASEAN.

## **2. Strategi Ekspansi**

Ekspansi sendiri memiliki banyak pengertian sesuai dengan fokusnya masing-masing, dalam ekspansi bisnis sendiri menurut Alex S. Nitisemito ekspansi didefinisikan sebagai upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk memperluas cakupan pasar dan juga cakupan kapasitas produksi yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Hal tersebut diyakininya dilatarbelakangi oleh adanya peningkatan permintaan yang terjadi pada produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Menurut Enny Pudjiastuti dan Suad Husnan, ekspansi didefinisikan sebagai aktivitas yang dilakukan untuk perluasan usaha yaitu dengan meningkatkan modal yang ada, meningkatkan jumlah kapasitas produksi, serta menambah unit untuk kebutuhan produksi, dan juga proses pada akuisisi/merger dengan perusahaan lainnya (Guru P. , 2021).

Pada umumnya ekspansi sendiri merupakan upaya perluasan jaringan usaha atau memperbesar usaha suatu perusahaan dari segi distribusi maupun produksi. Selain itu, alasan dilakukannya produksi juga beragam tergantung pada fokus dari tujuan yang dipilih oleh perusahaan tersebut. Adapun keinginan pemimpin untuk memiliki kekuasaan yang besar dan juga peningkatan profit perusahaan dimasa mendatang pun dapat menjadi alasannya. Dalam bisnis, ekspansi biasanya meliputi beberapa kegiatan seperti, perluasan aktivitas, pembentukan pasar baru, dan juga perekrutan karyawan/pegawai baru.

Dalam menentukan keputusan untuk mengambil langkah untuk menempuh ekspansi, suatu perusahaan dituntut untuk siap akan tantangan yang ada. Strategi dalam menapaki jejak ekspansi dirasa sangat perlu, tantangan dan persaingan yang kuat dapat menjadi hambatan bagi perusahaan yang kurang persiapan dalam hal strategi. Banyak jenis strategi yang biasa digunakan oleh perusahaan untuk melakukan ekspansinya, salah satunya strategi internasional dan investasi asing langsung.

Setiap strategi memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing, dalam hal ini perusahaan dinilai harus memilih dengan bijak jalan dari strategi mana yang sesuai dengan tujuan dari dilakukannya ekspansi tersebut sesuai dengan kemampuan dan rencana matang yang telah disusun oleh perusahaan yang akan melakukan ekspansi tersebut. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi pilihan cara yang akan diambil suatu perusahaan dalam menentukan strategi mana yang akan dipilihnya. Pemilihan cara memasuki dunia ekspansi/pasar global inilah yang menjadi penentu peran perusahaan dalam keterlibatannya, seperti kebijakan, produk, promosi, harga, riset dan sebagainya. Adapun hal yang harus diperhatikan dalam menentukan keterlibatan perusahaan yaitu dengan menggunakan aliansi strategi, pengaturan dalam manajemen operasional global, dan penentuan konsep dalam memasuki pasar global.

Strategi dalam memasuki pasar global sendiri memiliki jenis-jenis yang mewakili kebutuhan dari perusahaan tersebut. Dalam strategi internasional terdapat banyak jenis – jenis yang menyertainya, hal tersebut dipengaruhi oleh kebutuhan dan tindakan pada masing – masing pihak yang terkait, pada judul yang penulis angkat turunan dari strategi internasional yang lebih mendekati dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini ialah bisnis internasional. Didalam bisnis internasional sendiri terdapat turunan lainnya, penulis memilih turunan yang sesuai dengan judul yang penulis angkat seperti Perdagangan Jasa, dan Investasi Asing Langsung yang mana didalamnya terdapat tiga metode ekspansi ke pasar luar negeri yang menurut hasil penelitian penulis sesuai dengan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini yaitu investasi swasta dan pembukaan cabang.

Investasi memiliki beberapa kelompok, jenis dan karakteristik, investasi langsung merupakan salah satu jenis dari investasi, penelitian yang penulis lakukan merujuk pada jenis investasi langsung (*direct investment*), dengan karakteristik investasi swasta dan

termasuk dalam bentuk pendirian dari investasi asing langsung, selanjutnya kegiatan yang dilakukan perusahaan ini ialah melakukan pembukaan cabang pada ranah bisnis internasional.

Kegiatan FDI (*Foreign Direct Investment*) yang juga disebut sebagai ‘alat’ yang dibutuhkan dalam menangani sistem ekonomi dimana dinamika yang ada sudah tergolong dalam kategori besar atau mengglobal. Disebut sebagai jenis investasi yang dilakukan secara langsung ini merupakan bentuk investasi dimana kedua perusahaan atau lebih di Negara yang berbeda dalam jangka waktu yang lama, dimana tujuan dari salah satu perusahaan ialah sebagai penanam modal. Banyak cara dalam melakukan kegiatan ini seperti memiliki investasi langsung yang bersifat penuh atau hampir penuh, dengan melakukan pembelian pada tanah tertentu, membuat dan membangun konstruksi pabrik (Puriadji, 2017).

Bentuk dari kegiatan FDI ini bermacam - macam salah satunya merupakan kegiatan yang terjadi dengan beberapa perusahaan pemegang saham, dimana kegiatan tersebut berupa penanaman modal asing yang diperuntukkan untuk membangun suatu perusahaan bersama di Negara lain. Investasi asing langsung juga merupakan kegiatan dimana adanya sumber modal tidak hanya dari modal asing saja namun juga dimiliki oleh pemodal domestik atau Negara asal dari cabang unit – unit yang akan didirikan di Negara lain dengan modal tersebut. Dalam hal ini, kegiatan ekspansi tersebut termasuk dalam kegiatan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak bahkan pemerintah.

Strategi ekspansi tersebut digunakan oleh PT Ruang Raya Indonesia untuk memperluas pengaruh serta perusahaannya ke Negara tujuan lainnya seperti Vietnam, dan Thailand. Penanam modal asing ataupun investor yang disebutkan sebagai perusahaan yang telah mendanai PT ini diharuskan memenuhi kriteria yang sesuai, adapun investor

tersebut berdasarkan laporan situs *Crunchbase* meliputi, Venturra Capital, UOB Venture, East Ventures, General Atlantic, dan GGV Capital . Strategi ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia ini termasuk pada strategi masuk dalam kategori dari Penanaman Modal Asing (PMA), dimana FDI yang dilakukan ialah dengan menggunakan PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) dan PMA. Hal tersebut dapat dikonfirmasi pada laman *Crunchbase* dimana PT Ruang Raya Indonesia memiliki beberapa investor asing yang menanamkan modalnya. Strategi ini banyak digunakan oleh beberapa perusahaan dengan opini agar menumbuhkan potensi dan keberhasilan serta keuntungan yang akan diperoleh, dan juga mengoptimalkan jalur menuju pasar global (Crunchbase, 2020).

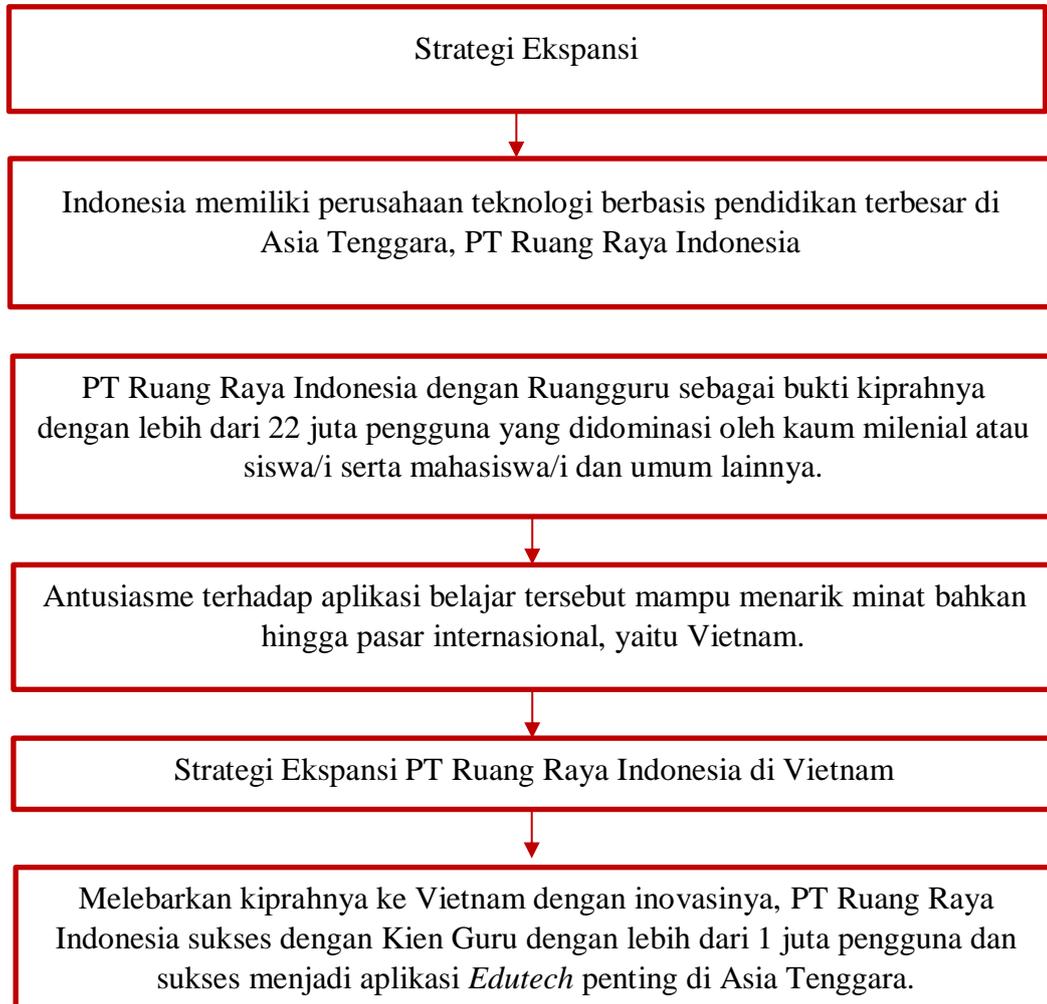
### **3. Penanaman Modal Asing**

Kegiatan investasi dan penanaman modal sangat dibutuhkan dalam perkembangan suatu Negara hingga kini, hampir seluruh Negara berstatus berkembang sangat membutuhkan modal asing untuk meningkatkan dan mendukung pembangunan suatu Negara. Di Indonesia sendiri kegiatan tersebut sudah diatur dalam Undang-Undang tentang penanaman modal asing yaitu UU PMA No. I/1967 yang dimana tujuannya untuk lebih menarik pihak asing guna membangun ekonomi nasional (Hindrayani, 2013).

PT Ruang Raya Indonesia dilihat dari laman *Crunchbase*, memiliki sepuluh investor yang saat ini tertera pada laman tersebut. Investor-investor tersebut menanamkan modalnya dengan seri pendanaan yang bermacam-macam, adapun beberapa investor terbaru yang menanamkan modalnya pada seri pendanaan C di PT Ruang Raya Indonesia ialah *General Atlantic*, *GGV Capital*, dan *EV Growth*. Dilihat dilaman yang sama, total pendanaan yang telah dihasilkan oleh PT Ruang Raya Indonesia ialah sejumlah lebih kurang \$150.1 M pada total pendanaan pada perputarannya (Crunchbase, 2020).

g. Alur Pemikiran

Gambar Alur Pemikiran



Gambar 2.1

Sumber : Diolah Oleh Penulis

Menggunakan strategi ekspansi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia sebagai alat bedah pada penelitian ini, penulis berusaha melihat dari strategi yang diambil oleh perusahaan ini dan sudut fenomena aplikasi tersebut untuk menganalisis dan mengetahui seberapa besar keterlibatan aktor tersebut pada tujuannya.

## **h. Argumentasi Utama**

Sesuai dengan rumusan masalah yang penulis tulis diatas, dengan argumentasi utama yang bisa penulis tawarkan terhadap strategi yang dilakukan oleh PT Ruang Raya Indonesia dalam melakukan ekspansinya di Vietnam yaitu berupa Ekspansi ialah upaya perusahaan dalam memperluas cakupan pengaruh dan keuntungan yang akan didapatnya, dengan strategi internasional pada ranah bisnis internasional yang merupakan bentuk strategi yang menghasilkan bentuk kegiatan pembukaan cabang. Skema strategi yang meliputi kegiatan pada bidang jasa dan kerjasama antara penanam modal asing dan penanam modal dalam negeri dalam membentuk cabang baru di Negara tujuan.

## **i. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian dan Sumber Data**

#### **a. Jenis Penelitian**

Jenis dari penelitian ini ialah kualitatif dimana jenis penelitian yang mengeksplorasi masalah pada proses penelitian, dan mencari gambaran, menganalisis, merincikan laporan sumber informan pada penelitiannya.

#### **b. Sumber Data**

Pada penelitian ini perolehan data yang menjadi sumbernya diperoleh melalui data sekunder. Data sekunder sendiri merupakan sumber data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada, yaitu data yang didapatkan dari studi kepustakaan atau dokumentasi yang berupa buku-buku bacaan terkait dengan masalah penelitian (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2009).

Untuk sumber data sekunder pada penelitian ini diperoleh melalui studi kepustakaan yang memiliki keterkaitan terhadap judul peneliti yaitu “Strategi Ekspansi PT Ruang Raya Indonesia di Vietnam” yang dimana sumber data tersebut diperoleh baik berupa buku, jurnal ilmiah, artikel, ataupun laporan-laporan dari organisasi internasional atau pemerintah.

## **2. Teknik Pengumpulan Data**

### **Studi Dokumentasi**

Teknik studi dokumentasi merupakan suatu cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data dan informasi sumber resmi dalam bentuk arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Sumber resmi yang merupakan data laporan dan pernyataan dari badan pemerintah dan dokumen organisasi internasional, dokumen instansi serta jejak rekam media tulis digital yang penulis akses melalui internet (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2009).

### **Studi Literatur**

Bersumber dari .buku, jurnal, skripsi, karya ilmiah yang bisa dipertanggung jawabkan.

## **3. Teknik Keabsahan Data**

Keabsahan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dimana agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala sisi. Teknik keabsahan data lebih ditekankan pada uji validitas dan reliabilitas. Pada penelitian jenis kualitatif, data yang dianggap valid ialah data yang tidak berbeda antara data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek (Sugiyono, Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan

Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2009). Terdapat tiga macam triangulasi dalam penelitian kualitatif yaitu triangulasi sumber, teknik dan waktu :

### **Triangulasi Sumber**

Triangulasi sumber dilakukan untuk menguji kredibilitas sumber dengan cara mengecek data yang sudah diperoleh. Cara mengecek data pada jenis ini merupakan pengujian pada sumber lain terdekat, dimana dari hasil data sumber lain tersebut dideskripsikan, dikategorisasikan, mana yang sama dan berbeda dan spesifikasinya. Hasil data yang telah dianalisis tersebut dapat menghasilkan kesimpulan lanjutan yang bisa dimintai kesepakatannya atau di yakini hasilnya pada sumber lainnya tersebut atau pembanding paling akurat sejenis.

### **Triangulasi Teknik**

Triangulasi teknik yaitu pengecekan data dengan teknik yang berbeda, namun hasil dari teknik ini dapat dibenarkan semua walaupun dengan sudut pandang yang berbeda-beda dalam teknik penyampaian ataupun penulisan yang di lakukan oleh sumbernya.

### **Triangulasi Waktu**

Triangulasi waktu, dimana waktu sendiri merupakan hal penting. Ketepatan waktu saat wawancara juga sangat mempengaruhi hasilnya. Hal tersebut juga berlaku pada teknik lainnya, bila salah satu teknik tidak menghasilkan data yang valid dapat melakukan dengan cara lainnya di waktu dan situasi yang berbeda hingga ditemukan kepastian datanya.

#### 4. Teknik Analisis Data

##### Reduksi Data

Analisis yang dimana menarik kesimpulan dan memverifikasi data analisis yang sebelumnya telah di telaah, dipilih, dibuang, difokuskan dan di susun serta dipertajam.

##### Penyajian Data

Hasil analisis yang dalam bentuk teks naratif yang berisi definisi, deskripsi informasi, konsep serta asumsi pada data penelitian.

##### Kesimpulan

Sebagai jawaban dari rumusan masalah dan pemenuh tujuan dari penelitian yang diambil dari intisari penelitian dan telaah sebelumnya berupa kesimpulan.

#### j. Fokus Penelitian

| Variabel                         | Dimensi                | Indikator            | Deskripsi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|----------------------------------|------------------------|----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ekspansi PT Ruang Raya Indonesia | Strategi Internasional | Bisnis Internasional | Dalam menghadapi kemajuan teknologi yang disebabkan oleh adanya globalisasi, sektor bisnis kini menjadi lebih meluas.<br>Kegiatan perdagangan baik jasa maupun barang yang telah melewati batas Negara yang dikategorikan sebagai bisnis internasional ini memiliki beberapa golongan, adapun golongan yang terkait dengan judul penulis, yaitu : |

|  |  |  |                                                                                                                                                                                             |
|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  | 1. Perdagangan Jasa<br>2. Metode Ekspansi Pasar Ke Luar Negeri <ul style="list-style-type: none"> <li>● Investasi Swasta</li> <li>● Pembukaan Cabang</li> </ul> 3. Investasi Asing Langsung |
|--|--|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**Tabel 2.1**  
**Sumber : Diolah Oleh Penulis**

**k. Unit Analisis**

Penelitian ini menggunakan variable yang saling terkait yang dimana nilainya bergantung dari nilai variabel lainnya, oleh karena itu, pada penelitian analisis nya ialah PT Ruang Raya Indonesia yang telah melakukan strategi ekspansinya pada perluasan perusahaannya di Vietnam

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arlyan, R. (2018). *Implikasi Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Kebijakan Fiskal di Indonesia Studi Kasus : Pajak Penghasilan Google di Indonesia*. Bandung: Repository Universitas Katolik Parahyangan.
- Arnold, d. (2007). Does Services Liberalization Benefit Manufacturing Firms? Evidence from the Czech Republic. *World Bank Policy Research Working Paper 4109*.
- Christianto, E. (2013). Faktor Yang Mempengaruhi Volume Impor Beras di Indonesia. *Jurnal JIBEKA No. 2. Vol. 7*.
- Deadorff, A. V. (2000). International Provision of Trade Services, Trade, and Fragmentation. *World Bank*.
- Agustina, I. P. (2017). *Analisis Strategi Akuisisi PT. Pertamina Trans Kontinental Terhadap Murphy Sabah Oil Co Ltd Di Malaysia Dalam Ekspansi Pasar Luar Negeri*. Malang: Repository Universitas Brawijaya.
- Eric Schmidt, & Jared Cohen. (2013). *The New Age : Reshaping The Future of People, Nations, and Business*. New York: Alfred.Knopf.
- Feridhanusetyawan, T., & Pangestu, M. (2003). Indonesian Trade Liberalization Estimating The Gains. *BIES*, 39(1), hal. 1.
- Gerber, J. (2011). *International Economics*. Boston: Addison-Wesley.
- Guru, P. (2021, 01 25). *Pengertian Ekspansi*. Retrieved from pendidikan.co.id: <https://pendidikan.co.id/pengertian-ekspansi/>
- Hoogvelt, A. (1997). "The History of Capitalist Expansion", dalam *Globalization and the Post-Colonial World: the New Political Economy of Development*". Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Indonesia, K. K. (2017, 10 27). *Menuju 2030 : Transformasi Kekuatan Ekonomi Natural Resources ke Human Capital*. Retrieved from kemenkeu.go.id: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/menuju-2030-transformasi-kekuatan-ekonomi-natural-resources-ke-human-capital/>
- Ismalina, P. (2016). *Dampak Liberalisasi Perdagangan pada Hubungan Bilateral Indonesia dan Tiga Negara (China, India, Australia) terhadap kinerja Ekspor-Impor, Output Nasional dan Impor, Output Nasional dan Kesempatan Kerja di Indonesia: Analisis Simulasi Social Accounting Ma*. Retrieved from ilo.org:

[http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/presentations/wcms\\_217746.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---asia/---ro-bangkok/---ilo-jakarta/documents/presentations/wcms_217746.pdf)

- J, D. H., & Wheelen, T. (2004). *Strategic Management and Business Policy*. New Jersey: Ninth Edition. Prentice Hall.
- Jackson, R., & G. S. (2014). *Introduction to International Relations : Theories and Approaches, Fifth Edition, terj. Dadan Suryadioura dan Pancasari Suryatiman*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kuncoro, M. (2005). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. In M. Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif* (p. 142). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kuncoro, M. (2005). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Magdolf, H. (1978). "Imperialism: A History Survey", dalam *Imperialism: From the Colonial Age to the Present*". New York: Monthly Review Press.
- Noor, H. F. (2007). *Ekonomi Manajerial, Edisi Kesatu*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Porter, M. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: THE FREE PRESS, A Division of McMillan, Inc.
- Purwanto, T. (2011). Dampak Keterbukaan Perdagangan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Negara-Negara ASEAN+3. *Tesis, Bogor, Program Studi Ilmu Ekonomi Pascasarjana IPB*, hal. 81.
- Robinson, J. R., & Pearce, J. (2005). *Strategic Management Formulation, Implementation, and Control*. Chicago: Eighth Edition Irwin.
- Rosenberg, M. (2001). *E-Learning : Strategies For Delivering Knowledge In The Digital Age*. USA: McGraw-Hill Companies.
- Scholte, J. A. (2001). "The Globalization of World Politics", in Baylis, John 7 Smith, Steve (eds). *The Globalization of World Politics, 2nd Edition*. Oxford University Press.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukirno, S. (1995). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: PT. Karya Grafindo Persada.

Wibowo. (2010). *Negara Centeng : Negara dan Saudagar di Era Globalisasi*. Yogyakarta: KANISIUS.

### **Jurnal**

Francois, J., & Hoekman, B. (2009). Service Trade and Policy. *Departement of Economics Johannes Kepler University of Linz Working Paper No. 0903*.

Hindrayani, A. (2013). Investasi Langsung Luar Negeri Dan Pertumbuhan Ekonomi. *JUPE*, 52.

Nopirin. (1997). AKUNTAN PUBLIK DALAM ERA PERDAGANGAN BEBAS. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol 12 No. 2.

Purboningrum, E. L. (2018). Analisis Strategi Ekspansi Dalam Pengembangan Bisnis Di Pasar Global (Studi Kasus Pada Pt Semen Indonesia (Persero) Tbk. Dalam Akuisis Thang Long Cement Company Vietnam). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 58 No. 1.

Shepherd, B., & Pasadilla, G. (2012). Services as a New Engine of Growth for ASEAN, the People's Republic of China and India. *Asian Development Bank Institute Working Paper Series No. 349*.

### **Dokumen Resmi**

Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal, diakses melalui <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2007/25TAHUN2007UU.HTM>

### **Website Resmi**

Alfari, S. (2021, 06 10). *Info Produk & Harga Paket Ruangguru SD, SMP, SMA, SMK di 2021*. Retrieved 09 14, 2021, from ruangguru: <https://www.ruangguru.com/blog/informasi-produk-ruangguru-yang-jadi-unggulan>

Ardiansyah, B. G. (2014, 07 16). *Siapakah Indonesia Menghadapi Liberalisasi Perdagangan?* Retrieved from kemenkeu.go.id: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/siapakah-indonesia-menghadapi-liberalisasi-perdagangan/>

bkpm. (2010). *FDI Strategy Paper*. Retrieved from bkpm.go.id: <http://bkpm.go.id>

- Crunchbase. (2020). *Ruangguru*. Retrieved from crunchbase.com: [https://www.crunchbase.com/organization/ruangguru/company\\_financials](https://www.crunchbase.com/organization/ruangguru/company_financials)
- Dealroom. (2019, 12). *Ruangguru*. Retrieved from dealroom.co: <https://app.dealroom.co/companies/ruangguru>
- Guru, K. (2019). *Kien Guru*. Retrieved 09 15, 2021, from Kien Guru: <https://payment.kienguru.com/products/rubel?tagNames=rubel,lop-1>
- Guru, K. (2019). *Kien Guru*. Retrieved from payment.kienguru: <https://payment.kienguru.com/>
- Guru, K. (2021, 08 10). *Kien Guru*. Retrieved 09 14, 2021, from play.google: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.kienguru.livestudents>
- Kienguru. (2020). *Kienguru*. Retrieved from Kienguru: <https://www.kienguru.vn/>
- Negeri, K. L. (2019, 12 23). *Menlu RI dan Menlu Vietnam Sepakat Tingkatkan Kerja Sama Bilateral dan Kontribusi Bersama Bagi Stabilitas dan Perdamaian Kawasan dan Global*. Retrieved from kemlu.go.id: <https://kemlu.go.id/hanoi/id/news/3914/menlu-ri-dan-menlu-viet-nam-sepakat-tingkatkan-kerja-sama-bilateral-dan-kontribusi-bersama-bagi-stabilitas-dan-perdamaian-kawasan-dan-global>
- Negeri, K. L. (2020, 08 05). *VidCon Sektor Pendidikan Dengan Kien Guru/Ruang Guru Vietnam*. Retrieved from kemlu.go.id: <https://kemlu.go.id/hochiminhcity/id/news/7859/vidcon-sektor-pendidikan-dengan-ruang-guru-dan-kien-gururuang-guru-vietnam>
- Puriadji, A. (2017, 11 30). *FDI di Indonesia*. Retrieved from bbs.binus.ac.id: <https://bbs.binus.ac.id/ibm/2017/11/fdi-di-indonesia/>
- RI, K. K. (2017, 08 24). *Indonesia-Vietnam Sepakati Sejumlah Kerja Sama*. Retrieved from kemenkeu.go.id: <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/indonesia-vietnam-sepakati-sejumlah-kerja-sama/>
- Ruangguru. (2019, 07 19). *Trending pada Google Play dan Sosial Media, jadi Penutup Puncak Perayaan Ruangguru 5 tahun*. Retrieved 09 14, 2021, from ruangguru: <https://www.ruangguru.com/blog/ruangguru-5-tahun>
- Ruangguru. (2020). *Tentang Ruangguru*. Retrieved from Ruangguru: <https://ruangguru.com/general/about>

Ruangguru. (2021, 01 07). *Ruangguru Tutup Tahun 2020 dengan Melayani Lebih dari 22 Juta Pengguna di Indonesia*. Retrieved 09 14, 2021, from ruangguru: <https://www.ruangguru.com/blog/ruangguru-tutup-tahun-2020-dengan-melayani-lebih-dari-22-juta-pengguna-di-indonesia>

### **Lain - Lain**

Asmara, C. G. (2018, 10 12). *Indonesia-Vietnam Sepakati 6 Kerjasama Bilateral, Apa Saja?* Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/news/20181012130333-4-37134/ri-vietnam-sepakati-6-kerjasama-bilateral-apa-saja](https://www.cnbcindonesia.com/news/20181012130333-4-37134/ri-vietnam-sepakati-6-kerjasama-bilateral-apa-saja)

Budiansyah, A. (2019, 12 26). *Ekspansi Ke Vietnam Ruangguru Dapat Suntikan Rp. 21 T.* Retrieved from [cnbcindonesia.com: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191226104434-37-125651/ekspansi-ke-vietnam-ruangguru-dapat-suntikan-rp-21-t](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191226104434-37-125651/ekspansi-ke-vietnam-ruangguru-dapat-suntikan-rp-21-t)

Burhan, F. A. (2020, 01 03). *Setelah Vietnam, Ruangguru Bakal Rambah Satu Negara Tahun Ini.* Retrieved from [katadata.co.id: https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c3be7ca5/setelah-vietnam-ruangguru-bakal-rambah-satu-negara-tahun-ini](https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c3be7ca5/setelah-vietnam-ruangguru-bakal-rambah-satu-negara-tahun-ini)

CNBC, I. (2019). *Ekspansi ke Vietnam Ruangguru Dapat Suntikan Rp 21 T.* Retrieved from [cnbcindonesia: https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191226104434-37-125651/ekspansi-ke-vietnam-ruangguru-dapat-suntikan-rp-21-t](https://www.cnbcindonesia.com/tech/20191226104434-37-125651/ekspansi-ke-vietnam-ruangguru-dapat-suntikan-rp-21-t)

Damar, A. M. (2021, 01 07). *Ruangguru Kantongi 22 Juta Pengguna Hingga Akhir 2020.* Retrieved from [liputan6.com: https://www.liputan6.com/teknoread/4450355/ruangguru-kantongi-22-juta-pengguna-hingga-akhir-2020](https://www.liputan6.com/teknoread/4450355/ruangguru-kantongi-22-juta-pengguna-hingga-akhir-2020)

Elena, M. (2021, 03 16). *Perumbuhan Ekonomi Digital Indonesia dan Vietnam Terbesar di Asia Tenggara.* Retrieved 09 14, 2021, from [ekonomi.bisnis: https://ekonomi.bisnis.com/read/20210316/9/1368355/pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-dan-vietnam-terbesar-di-asia-tenggara](https://ekonomi.bisnis.com/read/20210316/9/1368355/pertumbuhan-ekonomi-digital-indonesia-dan-vietnam-terbesar-di-asia-tenggara)

Fakhri, F. (2018, 10 12). *Jokowi Sampaikan 5 Usulan di ASEAN Leaders Gathering 2018.* Retrieved 09 14, 2021, from [nasional.okezone: https://nasional.okezone.com/read/2018/10/12/337/1962914/jokowi-sampaikan-5-usulan-di-asean-leaders-gathering-2018](https://nasional.okezone.com/read/2018/10/12/337/1962914/jokowi-sampaikan-5-usulan-di-asean-leaders-gathering-2018)

kumparan. (2021, 03 16). *5 Manfaat Perdagangan Internasional, Salah satunya Transfer Teknologi.* Retrieved from [kumparan: https://kumparan.com/berita-hari-ini/5-](https://kumparan.com/berita-hari-ini/5-)

manfaat-perdagangan-internasional-salah-satunya-transfer-teknologi-1vMPPx0Q1DM/full

- Kunthara, S. (2019, 12 26). *IndonesianEdTech Startup Ruangguru \$150M*. Retrieved from news.crunchbase.com: <https://news.crunchbase.com/news/indonesian-edtech-Startup-ruangguru-raises-50m/>
- Munir, S. (2018, 10 12). *Indonesia-Vietnam Pererat Kerja Sama di Bidang Perdagangan-Investasi*. Retrieved from ekbis.sindonews.com: <https://ekbis.sindonews.com/berita/1345746/34/indonesia-vietnam-pererat-kerja-sama-di-bidang-perdagangan-investasi>
- sriyhulandari19. (2012, 10 15). *JENIS-JENIS EKSPANSI BISNIS*. Retrieved from sriyhulandari19.wordpress.com: <https://sriyhulandari19.wordpress.com/2012/10/15/jenis-jenis-ekspansi-bisnis-2/>
- Stefanie, C. (2018, 09 13). *Indonesia - Vietnam Kolaborasi Kembangkan Ekonomi Digital*. Retrieved 09 14, 2021, from cnnindonesia: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20180912165205-92-329690/indonesia-vietnam-kolaborasi-kembangkan-ekonomi-digital>
- Syarizka, D. (2019). *Startup Pendidikan Ruangguru Ekspansi ke Vietnam*. Retrieved from <https://id.techinasia.com/ruangguru-ekspansi-vietnam>
- Vietnam, V. o. (2020, 02 02). *Hubungan Persahabatan Vietnam-Indonesia : Melanjutkan Sejarah, Menegakkan Masa Depan*. Retrieved from kemlu.go.id: <https://kemlu.go.id/hanoi/id/news/4693/hubungan-persahabatan-vietnam-indonesia-melanjutkan-sejarah-menegakkan-masa-depan>
- Wicaksono, R., & Yuana, L. (2020, 04 25). *Menelusuri Jejak Digital Pemegang Saham Ruangguru*. Retrieved from timesindonesia.co.id: <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/267496/menelusuri-jejak-digital-pemegang-saham-ruangguru>
- zsazya. (2019, 11 28). *Foreign Direct Investment*. Retrieved from online-pajak: <https://www.online-pajak.com/tentang-pph-final/foreign-direct-investment>