

Analisis prospek internasionalisasi perusahaan Indonesia berbasis teknologi: kasus PT PGK

Panjaitan, Sahala Bonar, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451721&lokasi=lokal>

Abstrak

Tidak banyak pembahasan mengenai profil perusahaan Indonesia yang secara MANDIRI berusaha untuk mengembangkan perusahaannya dengan konsep dari visi yang jelas tentang industrinya sehingga mencapai taraf keunggulan kompetitif global yang berbasis teknologi. Lebih banyak diungkap mengenai perusahaan-perusahaan yang sebetulnya hanyalah ber-afiliasi kepada perusahaan asing atau sangat bergantung kepada teknologi luar negeri tanpa tekad yang cukup untuk merebutnya. Penerapan konsep manajemen modern yang pada beberapa sisi menunjukkan model ekonomi kapitalis, seharusnya mengakomodasi faktor-faktor kondisi lokal seperti budaya nasional tingkat

kesejahteraan bangsa Indonesia yang masih rendah, dan belum berkembangnya budaya korporasi.

Oleh karena itu sangat terkejut mendengar berita tentang kontroversi kemenangan sebuah perusahaan Indonesia atas tender pendirian pabrik kertas uang

Terkejut karena mengetahui bahwa produk atau mesin ini adalah produk canggih dengan teknologi eksklusif karena hanya dimiliki oleh beberapa perusahaan negara maju. Proses pembuatan kertas uang mungkin cukup populer akan tetapi kemampuan membuat mesin sendiri dan penyediaan infrastruktur atau fitur sekuriti pada produk merupakan suatu prestasi besar. Seragamnya reaksi keterkejutan dari para pihak yang berwenang dan kontroversi yang mengikutinya tuduhan KKN - menggambarkan sudah sedemikian parahnya ketertiban masyarakat dan pemerintah dalam mengikuti perkembangan perusahaan-perusahaan yang tumbuh dengan kekuatan sendiri.

Dengan mencari informasi mengenai profil Perusahaan ini melalui media massa, Company profile, jurnal industri, dan internet, diadakanlah pengamatan terhadap perusahaan tersebut yaitu PT PGK (Pura Barutama Kudus). Hal-hal yang diamati adalah sejarah bisnis, proses pembelajaran teknologi dan Sejarah inovasi, kemudian pola pengembangan korporasi dari perusahaan ini untuk kemudian di-analisis prospek internasionalisasi dan unit bisnis yang dimiliki (terutama mesin dan produk sekuriti seperti kertas uang) serta implikasi dari strategi internasional.

Sebagaimana perusahaan-perusahaan dari negara berkembang lainnya, masalah utama yang dihadapi adalah bagaimana cara me-leverage keunggulan teknologi kelas dunia yang mampu dimiliki untuk bisa bersaing dalam pasar global. Dari sejarah munculnya negara-negara industri baru seperti Korea, Taiwan, dan kemudian Cina, proses industrialisasi berlangsung secara bertahap tapi serempak dalam skala nasional. Sebingga apabila ada perusahaan domestik yang bergerak dalam suatu industri berbasis teknologi melakukan intemasionalisasi, reputasi dan country-of-origin cukup membantu perusahaan tersebut untuk melakukan internasionalisasi

Dari hasil penyelidikan, ditemukan bahwa pasar yang dibentuk oleh para pemain dalam industri kertas uang dan percetakan sekuriti ini bersifat oligopoli (sedikit peserta). Para pelaku sangat berpengalaman dalam bidangnya selama ratusan tahun. Kemampuan teknologi yang dimiliki dan sejarah hubungan dengan pemerintah negara-negara pelanggan membentuk

segmen pasar berdasarkan sejarah kolonisasi. Pengaturan mengenal moneter internasional, standar industri, dan arah perkembangan teknologi mengenai kertas uang ini yang dikendalikan oleh negara-negara maju., secara langsung melindungi perusahaan-perusahaan tersebut dari upaya-upaya perusahaan Negara berkembang untuk melakukan penyelidikan secara mandiri agar dapat memasok kebutuhan dalam negeri sendiri. Adanya stigma (Contohnya: country risk atau high or low trust society) dalam perspektif ekonomi-politik internasional, juga menyulitkan perusahaan dari negara berkembang untuk meflytiflhu muncul dalam persaingan global. Oleh karena itu, salah satu aspek strategi yang akan digunakan dalam menemukan negara tujuan pemasaran adalah dengan melihat kesamaan kondisi ekonomi-politik. Apabila kriteria kualitas, harga, serta kriteria teknis lain terpenuhi, akan tetapi masih kalah tender, maka salah satu jalan untuk merebut pasar adalah dengan memakal ISU-ISU non-pasar yang mencitrakan nama Indonesia pada posisi yang menguntungkan seperti solidaritas negara berkembang, solidaritas negara Islam, ataupun solidaritas berdasarkan regionalitas seperti ASEAN. Masih dirasa ada kekurangan dan kajian singkat mengenai prospek internasionalisasi perusahaan ini. Pertama, kurang teridentifikasinya kinerja keuangan yang dalam ulasan manajemen modern merupakan salah satu kriteria terpenting. Status perusahaan non publik dan sifat industri yang digeluti bahan dan percetakan sekuriti menyulitkan untuk memperoleh gambaran kinerja keuangan dari tahun ke tahun dan media ataupun referensi industri yang tersedia. Kedua, masih kurang digalinya aspek yang menyangkut lingkungan pemerintah tiap negara tujuan pasar sebagai buyer. Perspektif ekonomi-politik negara diasumsikan juga dianut oleh otoritas moneter negara negara tersebut. Yang ketiga, penelitian lapangan juga seharusnya diperlukan untuk melengkapi wawasan yang diperoleh melalui sumber bacaan yang kadang bersifat promosi dan tidak bisa lepas dari bias dan hiperbolisme serta mengabaikan realitas yang tersembunyi.