

---

# STRATEGI CHINA DALAM MENGUASAI PERDAGANGAN SMARTPHONE DI INDONESIA MELALUI MEREK OPPO PADA PERUSAHAAN OPPO ELECTRONIC CORP

Amalia Fatmawati<sup>1</sup>, Andika Drajat Murdani<sup>2</sup>, Untari Narulita Madyar Dewi<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Department of International Relations, University of Slamet Riyadi

<sup>2</sup>Department of International Relations, University of Slamet Riyadi

<sup>3</sup>Department of International Relations, University of Slamet Riyadi

\*Email Korespondensi: gfajournal@gmail.com

---

## *Abstract :*

*Abstract* Globalization has an effect on the development of science and technology. Every country is actively involved in following developments in science and technology. The era of globalization brings everyone face to face with change. Indonesia is one of the countries affected by the flow of globalization. The progress of science and technology in Indonesia is certainly inseparable from the effects of globalization. This development is marked by the increasing development of science and technology. Mastery of technology is a prestige and an indicator of a country's progress, including the country's society. The aim of this research is to find out China's strategy in making its country a country capable of controlling the Oppo brand smartphone trade in Southeast Asia. The author uses international trade theory and globalization theory to carry out the analysis in this research. The type of research used is qualitative research with primary data sources and secondary data sources. Advances in science and technology and Indonesia's lack of ability to produce its own smartphones have allowed China to promote it to the wider public who need cheap but good quality smartphones. One of the reasons for providing cheap prices is of course because advertising costs are not as extravagant as other products.

**Keywords:** China; Globalization; Indonesia; International trade

## **Abstrak**

**Abstrak** Globalisasi memberikan efek pada perkembangan IPTEK. Setiap negara turut aktif dalam mengikuti perkembangan IPTEK. Era globalisasi membawa semua orang berhadapan dengan perubahan. Indonesia termasuk salah satu negara yang terdampak akan adanya arus globalisasi. Kemajuan IPTEK yang ada di Indonesia tentu tidak terlepas dari efek globalisasi. Perkembangan ini ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin meningkat. Penguasaan teknologi menjadi prestise dan indikator kemajuan suatu negara termasuk didalamnya masyarakat negara tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi China dalam menjadikan negaranya sebagai negara yang mampu menguasai perdagangan Smartphone merek Oppo di Asia Tenggara. Penulis menggunakan teori perdagangan internasional dan teori globalisasi untuk melakukan analisis pada penelitian ini. Jenis penelitian yang dipakai ialah penelitian kualitatif dengan sumber data primer dan sumber data sekunder. Kemajuan IPTEK dan kurangnya kemampuan Indonesia untuk memproduksi smartphone sendiri, memungkinkan China untuk mempromosikan kepada masyarakat luas yang membutuhkan Smartphone murah namun berkualitas baik. Salah satu alasan mengapa memberikan harga yang murah juga tentu saja karena biaya iklan yang tidak semewah produk lain.

**Kata Kunci:** China; Globalisasi; Indonesia; Perdagangan Internasional

---

## **Tentang Penulis:**

Amalia Fatmawati, Penulis saat ini sedang menyelesaikan studi S1 di Program Studi Ilmu Hubungan Internasional Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Penulis memiliki pengalaman sebagai anggota bawaslu pada tahun 2024.

---

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini, suatu negara dituntut untuk dapat menguasai teknologi, mampu bersaing dengan negara-negara lain dalam hal ekonomi dan pasar, serta rakyat yang memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi akan IPTEK (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi) dan modernisasi. China sekarang merupakan salah satu negara yang berhasil dalam era globalisasi ini. China tumbuh menjadi negara yang menunjukkan peningkatan ekonomi yang di atas rata-rata, mampu bertahan dari guncangan krisis ekonomi dunia pada akhir abad ke 20. China mampu menjadi seperti sekarang karena beberapa faktor, seperti aspek politik, ekonomi, sosial, dan budaya juga memiliki peranan yang sangat penting dalam kemajuan China. Selain itu China pandai memanfaatkan peluang dalam perdagangan bebas (Setiawan, 2015).

Pertumbuhan telekomunikasi menunjukkan tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi yang mudah diakses. Smart phone adalah salah satu teknologi yang mengalami perkembangan yang sangat cepat. Merek-merek smartphone baru mulai bermunculan ditengah persaingan bisnis smartphone, ini menjadi acuan bagi para produsen untuk menciptakan produk smartphone sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan para pengguna smartphone, produsen berusaha untuk memahami perilaku konsumen agar nantinya pengguna smartphone tertarik dan melakukan pembelian.

China berupaya meningkatkan penjualan smartphone androidnya di pasar Indonesia yang terbukti mampu menjual produknya tersebut dengan jumlah yang sangat besar dibandingkan dengan smartphone yang di produksi oleh perusahaan-perusahaan China. Kondisi produksi Smartphone Android China sejak tahun 2012 hingga tahun 2022 sedang mengalami pertumbuhan yang begitu signifikan yang mampu memasarkan produksinya ke berbagai belahan dunia, salah satunya Indonesia yang memiliki permintaan yang cukup tinggi dalam hal penggunaan smartphone android di masyarakatnya (Alvianita, 2017).

Sebagai sektor industri yang sangat kompetitif, industri smartphone diisi oleh banyak sekali perusahaan. Beberapa perusahaan telah dikenal luas dengan berbagai macam kecanggihan produk maupun system operasi yang digunakannya. Menurut laporan IDC (*International Data Corporation*) yang menunjukkan pertumbuhan penjualan smartphone dari tahun ke tahun secara global, terlihat jelas bagaimana industri smartphone dapat dikatakan kompetitif berdasarkan data Worldwide Smartphone Market merek Oppo masuk urutan ke lima dibawah Samsung pada tahun 2020 sebesar 20,3%, Huawei pada tahun 2020 sebesar 14,6%, Apple pada tahun 2020 sebesar 13,2% kemudian diikuti Xiaomi pada tahun 2020 sebesar 9,5% dan Oppo pada tahun 2020 sebesar 8,4%.

Melihat respon masyarakat yang sangat tinggi terhadap perangkat mobile Smartphone, hal itu yang melatar belakangi Oppo electronic corp, ltd ikut andil dalam meramaikan pasar Smartphone di Indonesia. Pada bulan April tahun 2013 Oppo untuk pertama kalinya menginjakkan kaki di pasar Indonesia secara resmi. Sebelum memasarkan produknya ke Indonesia Oppo terlebih dahulu melebarkan sayapnya ke beberapa negara seperti, Amerika, Vietnam, Thailand, Rusia, dan Qatar.

Sejak saat itu Oppo terus melakukan promosi dalam rangka memperkenalkan kualitas brandnya melalui iklan TV, Internet, Media Cetak. Oppo adalah penyedia layanan elektronik dan teknologi global yang membawakan perangkat elektronik seluler terbaru dan teranggih di lebih dari 20 negara, termasuk Amerika Serikat, China, Australia dan negara-negara lain di Eropa, Asia Tenggara, Asia Selatan, Timur Tengah dan Afrika. Oppo berusaha memberikan pengalaman menggunakan ponsel terbaik melalui desain yang cermat dan teknologi yang cerdas, sebagai salah satu merek yang bisa dikatakan pendatang baru di pasar smartphone Indonesia khususnya di Indonesia dan bersaing langsung dengan merek yang sudah mapan seperti samsung, penjualan Oppo smartphone belum mengalami peningkatan yang signifikan di Indonesia (Putro dan Saputro, 2019).

Globalisasi yang terjadi saat ini telah membaca negara China untuk perubahan segala sektor kegiatan usaha. Salah satu faktor yang mendorong kegiatan bisnis China tersebut baik

---

---

internasional maupun nasional karena adanya pangsa pasar yang potensial (Ball, et al. 2005). Sikap konsumen yang cenderung konsumtif menjadi target pasar yang menguntungkan bagi perusahaan China.

Perdagangan dapat menguntungkan semua pihak jika suatu negara membuka pasarnya bagi perdagangan internasional, maka hal itu akan memunculkan pihak – pihak yang diuntungkan dan pihak – pihak yang dirugikan, tidak peduli apakah negara tersebut menjadi pengekspor atau pengimpor. Dalam semua kasus keuntungannya akan melampaui kerugiannya sehingga kerugian itu akan dikompensasikan oleh pihak yang diuntungkan untuk pihak yang dirugikan dan akan masih tetap menyisakan keuntungan. Dalam kenyataannya kompensasi bagi pihak yang dirugikan oleh perdagangan internasional itu jarang sekali terwujud. Dengan kata lain perdagangan internasional memang memperbesar kue ekonomi namun tetap akan ada pihak – pihak yang bagiannya tetap kecil seperti sebelum perdagangan berlangsung (Mankiw, 2003).

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Nielsen (2011) tentang alasan orang memilih menggunakan smartphone guna mendukung kegiatan sehari-hari menunjukkan hasil antara lain karena mudah dibawa kemana-mana, system operasional yang canggih, startup/off yang cepat, performa cepat dan nyaman digunakan, ukuran yang proporsional dan dapat digunakan diberbagai tempat.

## **LANDASAN TEORITIK**

Hubungan kerjasama Indonesia dan China adalah satu hubungan yang klasik yang telah bermula tahun 2012 sampai 2023. Hubungan bilateral kedua negara dari segi politik, ekonomi, dan kebudayaan telah berlaku begitu baik sekali sehingga telah diadakan beberapa persepahaman agar hubungan yang telah terjadi itu dapat terus ditingkatkan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan teori perdagangan internasional dan teori globalisasi untuk melakukan analisis.

### **1. Teori Perdagangan Internasional**

Teori perdagangan internasional menganalisa dasar-dasar terjadinya perdagangan internasional serta keuntungan yang diperoleh. Kebijakan perdagangan internasional membahas alasan-alasan serta pengaruh pembatasan perdagangan, serta hal-hal yang menyangkut proteksionisme baru. Teori dan kebijakan perdagangan internasional merupakan aspek mikroekonomi ilmu politik internasional sebab berhubungan dengan masing-masing negara sebagai individu yang diperlukan sebagai unit tunggal, serta berhubungan dengan harga relative satu komoditas (Salvatore, 1997).

Hubungan yang konstan dalam ekonomi internasional dapat dicapai dengan adanya kerjasama internasional. Perdagangan Internasional merupakan salah satu kajian dalam ilmu hubungan internasional yang di dalamnya membahas tentang perdagangan internasional (Susan, 2011). Perdagangan internasional merupakan faktor penting guna merangsang pertumbuhan ekonomi. Perdagangan internasional adalah perdagangan yang dilakukan suatu negara dengan negara lain atas dasar saling percaya dan saling menguntungkan. Perdagangan internasional tidak hanya dilakukan oleh negara maju saja, namun juga negara berkembang (Tat, 2012).

Perdagangan internasional merupakan kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat suatu negara. Terjadinya perekonomian dalam negeri dan luar negeri akan menciptakan suatu hubungan yang saling mempengaruhi antara satu negara dengan negara lainnya, salah satunya adalah berupa pertukaran barang dan jasa antarnegara. Perdagangan Internasional dapat diartikan sebagai transaksi dagang antara subyek ekonomi negara yang satu dengan subyek ekonomi negara yang lain, baik mengenai barang ataupun jasa (Halicioglu, 2008). Adapun subyek ekonomi yang dimaksud adalah penduduk yang terdiri dari warga negara biasa, perusahaan ekspor, perusahaan impor, perusahaan industri,

---

---

perusahaan negara ataupun departemen pemerintah yang dapat dilihat dari neraca perdagangan (Tambunan, 2014).

Perdagangan internasional menyangkut permasalahan antar beberapa negara yang meliputi :

- a. Mobilitas faktor produksi seperti tenaga kerja dan modal relatif lebih sukar (immobilitas faktor produksi).
- b. Sistem keuangan, perbankan, bahasa, kebudayaan serta politik yang berbeda.
- c. Faktor-faktor produksi yang dimiliki (factor endowment) berbeda sehingga dapat menimbulkan perbedaan harga barang yang dihasilkan.

Dalam perdagangan internasional klasik mengenal konsep keunggulan absolut dan keunggulan komparatif. Pada konsep keunggulan absolut berpendapat bahwa untuk menjadi kaya suatu negara harus memperbanyak ekspor daripada impor, tanpa memperhatikan keadaan negara lain. Standar kekayaan pada keunggulan absolut dihitung berdasarkan selisih pemasukan jumlah logam mulia yang sebagian besar adalah emas. Dalam teori keunggulan absolut pemenuhan kebutuhan suatu negara tidak didapat dari sumbangan negara lain. Sementara dalam konsep keunggulan komparatif memegang prinsip mengenai keuntungan bersama. Apabila ada negara yang lebih kuat, menolong negara yang lemah ekonominya untuk mencapai keuntungan bersama (Tambunan, 2014).

Dalam konsep keunggulan komparatif perdagangan internasional akan menguntungkan setiap negara yang terlibat jika setiap negara tersebut memiliki keunggulan absolut yang berbeda. Konsep keunggulan komparatif menyatakan bahwa perdagangan internasional dapat berjalan jika suatu negara memiliki keunggulan dalam salah satu produk, atau disebut spesialisasi produk dengan biaya peluang yang lebih rendah. Perdagangan internasional dapat terjadi ketika suatu negara fokus memproduksi produk unggulan, dan membeli produk lainnya dari negara lain yang menyediakan (Britannica, 2021). Negara tidak seharusnya mengalokasikan sumber daya, baik waktu dan tenaga kerja untuk memproduksi barang yang tidak unggul secara komparatif meski memiliki biaya absolut yang rendah, dan membeli barang yang tidak unggul secara komparatif di pasar internasional (Britannica, 2021)

## 2. Teori Globalisasi

Globalisasi merupakan perkembangan kontemporer yang memiliki pengaruh terhadap munculnya berbagai kemungkinan perubahan dunia. Pengaruh globalisasi dapat menghilangkan berbagai hambatan yang membuat dunia semakin terbuka dan saling membutuhkan antara satu sama lain. Dapat dikatakan bahwa globalisasi membawa perspektif baru tentang konsep "Dunia Tanpa Batas" yang saat ini telah menjadi realita dan berpengaruh secara signifikan terhadap perkembangan budaya yang akhirnya membawa perubahan baru .

Menurut Lyman bahwa globalisasi biasanya diartikan sebagai "*rapid growth of interdependency and connection in the world of trade and finance*". Tetapi, ia sendiri berpendapat bahwa globalisasi tidak hanya terbatas hanya pada fenomena perdagangan dan aliran keuangan yang berkembang dengan kian meluas saja, ini karena adanya kecenderungan lain yang didorong oleh kemampuan teknologi yang memfasilitasi perubahan keuangan, seperti globalisasi komunikasi "*there are other trends driven by the same explosion of technological capability that have facilitated the financial change. Globalization of communication is one such trend*". Globalisasi dapat dilihat sebagai kompresi ruang dan waktu dalam hubungan sosial dan munculnya kesadaran global tentang kemampuan tersebut. Dalam bahasa sehari-hari, proses ini bisa dikatakan sebagai "dunia menjadi semakin kecil" (Lyman, 2020).

Globalisasi dapat juga didefinisikan sebagai proses pertumbuhan dan perkembangan kegiatan ekonomi lintas batas nasional dan regional. Ini diperlihatkan melalui pergerakan barang, informasi, jasa, modal dan tenaga kerja melalui perdagangan dan investasi. Scholte melihat beberapa definisi yang dimaksudkan dengan globalisasi, antaranya adalah sebagai berikut:

---

- a. Internasionalisasi. Globalisasi diartikan sebagai meningkatnya aktivitas hubungan internasional. Walaupun masing-masing negara masih mempertahankan identitasnya, namun menjadi semakin tergantung antara satu sama lain.
- b. Liberalisasi. Globalisasi juga diartikan sebagai semakin berkurangnya batas-batas sebuah negara. Misalnya, masalah harga ekspor/impur, lalu lintas devisa dan migrasi.
- c. Universalisasi. Semakin luasnya penyebaran material dan immaterial ke seluruh dunia, hal ini juga diartikan sebagai globalisasi. Pengalaman di satu tempat dapat menjadi pengalaman di seluruh dunia.
- d. Westernisasi. Westernisasi merupakan satu bentuk dari universalisasi, dimana makin luasnya penyebaran budaya dan cara berfikir sehingga berpengaruh secara global.
- e. Hubungan transplanetari dan suprateritorialiti. Definisi yang kelima ini sedikit berbeda dengan keempat definisi sebelumnya. Keempat definisi sebelumnya mengidentifikasi bahwa masing-masing negara masih mempertahankan status ontologinya, namun pada definisi yang kelima ini menyatakan bahwa dunia global mempunyai ontologinya sendiri, bukan sekedar gabungan dari berbagai negara (Osman, 2018).

Seperti telah ditampilkan di atas bahwa cakupan globalisasi sangat luas. Berdasarkan pendapat para ahli, definisi globalisasi secara komprehensif adalah suatu himpunan dari proses pengaliran global dari berbagai jenis objek yang melibatkan setiap bidang aktifitas manusia baik bentuk fisik, maupun non-fisik, informasi, ide, institusi dan sistem. Himpunan proses aliran ini dan bidang kegiatan manusia yang terlibat kian kait mengait, saling tergantung dan semakin kompleks sifatnya.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan suatu cara yang sistematis untuk menyelesaikan permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Penting bagi peneliti untuk memahami tentang metodologi penelitian, tidak hanya tekniknya saja (Khotari, 2014). Jenis penelitian yang dipakai oleh penulis adalah penelitian kualitatif, berisi tentang penjelasan dan pemaparan tentang masalah yang diangkat dalam penelitian (Khotari, 2014). Sumber data yang diambil adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari web resmi pemerintah, sementara data sekunder didapat dari berita dan penelitian sebelumnya. Penulis memilih objek konsep dan cara serta strategi yang digunakan dari pihak negara China dalam perekonomiannya sehingga dapat menjadikan negaranya sebagai negara yang maju dalam bidang ekonomi serta dapat menjadi salah satu negara penguasa perdagangan dunia dalam produk Smartphone. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi pustaka. Teknis analisis data dilakukan secara urut yaitu reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **A. Arus Globalisasi di Indonesia**

Globalisme merupakan paham atau isme yang menjadi landasan semangat globalisasi. Salah satu tonggak sejarah perkembangan globalisme adalah era pencerahan. Klaim pencerahan bahwa manusia pada dasarnya sama dan memiliki kebutuhan dan aspirasi yang satu pandangan yang sering dikemukakan para pemimpin politik menjadi salah satu penanda munculnya masyarakat global. Globalisasi adalah suatu proses yang menempatkan masyarakat dunia bisa menjangkau satu dengan yang lain atau saling berhubungan dalam semua aspek kehidupan manusia di berbagai belahan dunia, baik dalam budaya, ekonomi, politik, teknologi, lingkungan maupun hukum.<sup>2</sup> Dilihat dari prosesnya, globalisasi adalah sesuatu hal yang wajar dalam kehidupan yang tumbuh dan

---

berkembang. Secara umum, karakteristik globalisasi antara lain adalah terjalannya relasi sosial yang luas, intensitas komunikasi yang tinggi dengan cakupan yang melampaui batas-batas negara, penetrasi budaya yang tinggi, dan munculnya infrastruktur global (Simanjuntak, 2021).

Globalisasi tentunya memiliki dampak positif atau keuntungan bagi perkembangan suatu bangsa dan negara, yaitu adanya berbagai kemudahan dalam melakukan berbagai aktivitas yang bersifat lintas negara dengan terbukanya sistem perdagangan bebas, migrasi, dan investasi. Salah satu keuntungan dari globalisasi ekonomi adalah kemudahan dalam menarik investasi. Di era global, investor siap menanamkan modalnya di tempat yang menurut perhitungannya akan menguntungkan. Di mana pemerintah suatu negara hanya perlu menciptakan iklim investasi yang kondusif dan pola investasi yang menarik bagi investor (Santoso, 2014).

Dinamika ekonomi global dalam beberapa dekade terakhir ditandai dengan perubahan peta kekuatan ekonomi dunia. Di mana Negara China muncul sebagai salah satu kekuatan baru ekonomi dunia. Pertumbuhan ekonomi negara China yang begitu pesat selama dua dasawarsa terakhir memunculkan sejumlah tantangan dan kesempatan bagi negara-negara berkembang di kawasan Asia maupun di kawasan lainnya. Negara China merupakan pesaing yang sangat berat karena kebijakan nilai tukarnya yang membuat produk-produk China menjadi luar biasa murah. Di samping itu China juga diuntungkan oleh adanya skala ekonomis (*economies of scale*) yang sangat besar karena pasar domestiknya yang besar.

Pendekatan China ke berbagai negara di dunia memang cukup berbeda dengan Amerika Serikat. Apabila negara Amerika Serikat terkesan memberikan bantuan bersyarat, misalnya dengan mensyaratkan penerapan demokrasi dalam memberikan bantuan ke negara berkembang, sebaliknya negara China justru memberikan bantuan tanpa syarat, melainkan hanya mempertimbangkan dampak ekonomi ke depannya. Karena itu, saat ini negara-negara berkembang lebih cenderung menyukai menerima bantuan dari China dan lebih senang bekerjasama dengan China dibandingkan dengan Amerika Serikat (Nurhaidah, 2015).

Dalam era globalisasi, manusia saling berinteraksi satu sama lain bukan hanya dalam lingkup yang kecil namun sudah meluas bahkan hubungan antar negara yang terpisahkan oleh jarak bukan suatu hambatan lagi. Perkembangan ini ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin meningkat. Penguasaan teknologi menjadi prestise dan indikator kemajuan suatu negara termasuk didalamnya masyarakat negara tersebut. Dengan penguasaan teknologi muncul suatu istilah baru yang muncul ke permukaan masyarakat dunia sebagai suatu era digital.

Era digital telah merasuk ke berbagai negara di dunia sehingga tidak ada lagi suatu batasan untuk terhubung satu sama lain. Segala informasi terbuka secara luas dan dapat diakses seketika oleh penduduk diseluruh dunia yang menggantikan cara-cara konvensional. Pada era ini, gelombang peradaban kian hari kian berkembang, terhubung, terbuka, dan saling memiliki keterkaitan. Meskipun memiliki batas-batas geografis namun hal tersebut tidak lagi menjadi suatu penghalang untuk mendapatkan segala informasi secara terbuka. Dalam era global keadaan dunia bergerak memasuki Gelombang Ketiga atau dikenal dengan istilah *The Third Wave* yaitu suatu gelombang dengan merambahnya teknologi informasi, komputerisasi, teknologi perang dan terorisme dan istilah lain yang bersifat global (Santoso, 2014).

Teknologi digital mampu membuat seseorang terbius dan terlena untuk mengabaikan segala sesuatu. Namun perlu diingat bahwa teknologi digital juga mampu membuat seseorang mendapatkan informasi lebih luas dan lebih cepat dibandingkan dengan buku-buku teks atau sumber informasi lainnya yang berbentuk cetak. Jika pada era konvensional seseorang haus akan ilmu pengetahuan dengan membaca buku, majalah,

---

---

koran, dan media cetak lainnya, pada era digital sudah tidak berlaku lagi. Banyak e-book atau buku digital yang dapat di download secara gratis bahkan berbayar yang dapat diakses dari negara manapun serta banyak teori-teori baru yang dapat dipelajari secara luas dengan pemikiran modern.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat terlihat di Indonesia. Sebelum abad ke-20, perkembangan IPTEK di Indonesia hanya digunakan untuk kebutuhan sehari-hari dan dipengaruhi oleh kehidupan penjajahan. Pengaruh teknologi sudah masuk didalam suatu kehidupan bermasyarakat, yang membuat sikap masyarakat terhadap teknologi adalah suatu hal yang biasa. Hampir seluruh kehidupan kita sudah dikelilingi oleh teknologi baik itu yang sederhana sampai hal yang canggih. dapat kita lihat seperti contohnya dalam berkomunikasi maupun menyampaikan sebuah pesan yang sangat penting di tempat jauh, sekarang dipermudah dengan adanya jasa telepon. Dimana telepon ini dapat memudahkan kita untuk dapat mengirimkan pesan sert berkomunikasi dari jarak yang jauh (Alvianita, 2017).

Semakin berkembangnya IPTEK akibat arus globalisasi di Indonesia berdampak pada kebutuhan akan teknologi yang lebih maju, sementara di sisi lain Indonesia masih tergolong dalam negara berkembang yang sampai pada saat ini belum dapat membuat teknologi dan perangkat IPTEK sendiri. Kondisi ini memberikan peluang bagi negara lain yang sudah dapat memproduksi teknologi untuk dapat masuk ke dalam pasar teknologi Indonesia. China sebagai salah satu negara produsen alat teknologi komunikasi pun tidak ingin terlewat kesempatan ini.

## **B. Strategi Perdagangan Internasional China dalam Arus Globalisasi Indonesia**

Pada 2020, penguasa Cina akan mengimplementasikan sistem Orwellian yang digunakan untuk mengendalikan hampir segala aspek kehidupan manusia, yang disebut skor kredit social oleh Wakil Presiden Amerika Serikat, di 2018 lalu dalam ceramahnya di Hudson Institute. Pence, sebagaimana ditulis Louise Matsakis dari Wired, menitikberatkan skor kredit sosial itu sebagai pelanggaran hak asasi manusia. Dengan demikian, kata Pence, "(sistem skor tersebut) akan 'memudahkan mereka yang dipercaya oleh pemerintah cina untuk berpergian ke mana pun, (tetapi) akan menyulitkan mereka yang memiliki skor buruk untuk mengambil satu langkah pun.

Skor kredit sosial, merujuk pada publikasi berjudul "Ikhtisar Rencana Pembangunan Sistem Kredit Sosial" oleh pemerintah Cina pada 14 Juni 2014 lalu, berkisah tentang bagaimana negara memanfaatkan big data—dari rekam jejak WeChat, Weibo, dan berbagai sumber tambang data lainnya—para warganya untuk menciptakan skor: baik-buruk, untuk segala aspek kehidupan. Ini, masih merujuk tulisan Matsakis, seolah membuat mimpi buruk teknologi dalam serial Black Mirror masuk ke kehidupan nyata. Sistem skor sosial Cina memang menakutkan. Paling tidak, ini terjadi pada minoritas Muslim Uyghur yang berada di Provinsi Xinjiang, Cina. Pemerintah Cina sejak 2017 melakukan aksi bersih-bersih Muslim Uyghur memanfaatkan aplikasi komputer yang dibuat CETC, perusahaan pencipta peralatan militer yang dimiliki pemerintah Cina. Selain skor sosial, Cina pun diprotes dunia internasional karena kelakuannya menciptakan tembok pembatas dunia maya antara Cina dan dunia internasional melalui "The Great Firewall of China."

Pasca-masuknya teknologi Internet ke Cina di Januari 1996, negeri tirai bambu itu mulai membangun tembok penyensoran internet yang mencakup pada pembicaraan-pembicaraan yang berseliweran melalui internet, pengendalian ruang-gerak, dan bahkan memblokir situs web asing. Selain itu, "tembok Cina" itu juga ditujukan untuk menurunkan laju lalu lintas internet dari Cina menuju luar negeri. Hal ini terkait dengan biaya bandwidth internasional yang harus dibayar mahal jika laju lalu lintas menuju situs web-situs web luar terlampaui banyak.

---

---

Metadata itu, sebut The New York Times, dibangun untuk membangun profil sosial warga AS dengan menambang berbagai data dari hasil aktivitas daringnya. Lebih mengejutkan lagi, NSA pun diketahui membeli data-data warganya dari perusahaan-perusahaan komersial, misalnya penyedia kartu kredit. Di belahan dunia lain, Presiden Rusia Vladimir Putin menandatangani peraturan tentang 'kedaulatan internet,' populer disebut Runet, pada awal Mei 2019. Pemerintah Rusia mesti menciptakan infrastruktur Domain Name System (DNS) sendiri. Sebagai catatan, DNS merupakan sistem yang menyimpan informasi tentang nama host atau domain. Secara sederhana, diwartakan CNN, Rusia hendak mencipta jaringan internet sendiri yang mampu bekerja tanpa bantuan negara lain. Runet diperkirakan menelan biaya 20,8 miliar rubel atau sekitar Rp4,5 triliun.

Layanan digital di Cina yang paling gemilang adalah WeChat. WeChat lahir pada 2010 dari rahim Tencent Guangzhou Research and Project Centre. Sebelum WeChat, Cina adalah negara yang biasa-biasa saja dalam ranah digital. Untuk berkomunikasi via protokol internet, warga tirai bambu menggunakan QQ, peranti lunak pesan instan pada komputer yang dimiliki Tencent. Ponsel pintar saat itu belum populer. Namun, merespons kelahiran iPhone dan Android, Tencent akhirnya membentuk tiga tim internal dengan tugas sederhana: menciptakan serupa QQ untuk perangkat mobile.

Dilansir South China Morning Post, Zhang Xiaolong alias Allen Zhang, yang pernah memimpin divisi QQ Mail di Tencent, sukses menciptakan aplikasi pesan instan mobile. WeChat tak hanya memfasilitasi pengiriman pesan. Kemajuan teknologi di bidang QR Code, melahirkan dompet digital WeChat Pay. Pada 2019, uang senilai 26,9 triliun Yuan berputar dalam platform pembayaran digital. WeChat termasuk yang diuntungkan. Bagaimana tidak, 76 persen responden dalam survei di Statista menyatakan mereka menggunakan WeChat. Pada kuartal I-2019, Tencent memperoleh uang senilai 27,2 miliar Yuan. Sebanyak 16 persen dari perolehan itu disumbang WeChat. WeChat menginspirasi. Bukan hanya bagi perusahaan rintisan (startup) lokal, tapi juga internasional. Selain itu, akibat kebijakan ketat Cina soal dunia digitalnya ini, startup lokal tumbuh subur untuk melayani kebutuhan-kebutuhan warganya. Hingga 2018, mengutip Pymnts, terdapat hampir 100 startup yang memiliki valuasi lebih dari USD1 miliar.

Perkembangan IPTEK di China yang tergolong pesat membuat China tertantang untuk memasuki pasaran internasional. Dengan potensi yang dimiliki, banyak negara yang ingin bekerja sama dalam bidang IPTEK dengan China salah satunya Indonesia. Pemerintah Republik Indonesia memperkuat kerja sama dengan China di sektor digital khususnya dalam bidang riset, pengembangan teknologi, serta peningkatan kompetensi dan kecakapan sumberdaya manusia digital. China merupakan salah satu mitra yang erat dengan Indonesia dan menjadi salah satu mitra dagang terbesar. Pada 2022, nilai investasi Tiongkok di Indonesia mencapai 8,2 miliar dolar AS atau setara Rp 127.9 triliun dan memiliki total nilai perdagangan sebesar 133 miliar dolar AS. (Rp 2,07 kuadriliun). Dengan adanya kerja sama baru dengan penguatan di sektor digital, diharapkan hubungan Indonesia dan China dapat memberikan manfaat lebih dari sektor yang tengah bertumbuh itu.

Masyarakat Indonesia khususnya peminat Smartphone Android seringkali berfikir untuk mendapatkan lebih dengan harga yang murah tanpa meneliti lebih jauh spesifikasi yang ada. Sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki karakter yang suka dengan Smartphone Android produksi China yang harganya tergolong lebih murah di bandingkan lisensi dari Jepang. Alasan yang dimiliki masyarakat Indonesia tersebut bahwa Smartphone Android China memiliki keunggulan yang kurang lebih sama dengan produksi dari Jepang serta harganya yang murah. Hal yang paling sering ditemui adalah peminat Smartphone Android tersebut sangat mudah di pengaruhi dan di yakinkan dengan promo yang di tawarkan. Seperti yang kita lihat di pasaran bahwa banyak sekali promo serta berbagai hadiah yang di tawarkan oleh Perusahaan Smartphone Android China.

---

---

China berupaya meningkatkan penjualan smartphone Androidnya di pasar Indonesia yang terbukti mampu menjual produknya tersebut dengan jumlah yang sangat besar di bandingkan dengan smartphone yang di produksi oleh Jepang. China sendiri memiliki 270 juta pengguna aktif Smartphone Android di negaranya pada tahun 2013. Dimana masyarakat negaranya sendiri mulai meninggalkan fitur phone dan beralih ke Android, dikarenakan harga android sendiri yang dapat di jangkau berbagai kalangan masyarakat.

China merupakan suatu negara yang mengalami pertumbuhan pesat dari bidang teknologinya termasuk teknologi smartphone. Lima tahun yang lalu, smartphone masih menjadi perangkat kalangan atas dengan menawarkan harga premium yang tentu saja hanya dapat dimiliki oleh kalangan menengah ke atas. Sejak tahun 2013 para vendor smartphone asing terutama China menawarkan smartphone kepada kalangan menengah bawah, dengan harga yang dapat di jangkau yaitu pada kisaran 1- 2 juta rupiah. Dengan kisaran harga tersebut pengguna sudah bisa melakukan kerja mendasar layaknya smartphone kelas atas, tetapi tentu saja dengan tampilan dan performa berbeda.

Smartphone China mulai memasuki pasar Indonesia pada tahun 2013 dengan smartphone produknya yaitu antara lain Oppo Smartphone dan Lenovo di susul dengan Xiaomi, Huawei dan lain – lain pada tahun – tahun selanjutnya. Saat ini terdapat smartphone China yang mempunyai kualitas baik sama halnya dengan merek yang telah ternama sebelumnya. Hal ini juga menjadi pertimbangan bagi setiap konsumen saat memilih smartphone baik dari segi garansi dan purna jual maupun dari kecanggihan yang diberikan.

Perkembangan Smartphone China mulai meningkat di Indonesia sejak tahun 2013 dan bertahan sampai dengan saat ini di tahun 2016. China memiliki tingkat penjualan produknya yang semakin tinggi dari tahun ke tahun. Sebelum produk China mampu memasarkan produknya secara besar – besaran seperti saat ini, produk China pernah di pandang sebelah mata oleh banyak peminat Smartphone. Smartphone China dianggap sebagai Smartphone yang mudah rusak dan sebagai peniru dari bentuk Smartphone ternama di luar China. Namun saat ini smartphone produk China adalah salah satu penguasa pasar smartphone. Diantaranya adalah Oppo, Lenovo, Xiaomi, Vivo, Asus dan banyak lainnya (Supriyanto, 2021).

Ramainya penjualan smartphone buatan China, khususnya Oppo memiliki factor-faktor yang mempengaruhi, salah satunya adalah strategi perdagangan internasional yang dilakukan oleh China. China mampu menawarkan berbagai promosi dalam setiap pembelian smartphone produknya dengan membeli smartphone China, maka pembeli akan mendapatkan hadiah – hadiah dari setiap pembeliannya hal ini tentu saja untuk menarik minat para pembeli agar dapat meminimalisir biaya yang dikeluarkan untuk membeli smartphone. Hal ini tentu saja cukup menarik minat para pembeli smartphone untuk lebih memilih smartphone China. Dengan cara memberikan promosi besar – besaran tersebut juga dengan menawarkan kualitas – kualitas unggulan mereka yang tidak kalah dengan merek unggulan produk Jepang sebelumnya tidak lain untuk menarik perhatian para konsumen agar beralih ke merek China tersebut. Begitu pula dengan dukungan toko yang mendapatkan keuntungan dari produsen merek China, pihak toko membantu mempromosikan dengan cara memberikan hadiah pada setiap pembelian smartphone China.

Produk Smartphone China dalam memperkenalkan brandnya dengan lebih mengandalkan jejaring sosial sebagai alat pemasaran yang jauh lebih murah namun sama – sama efektif. Hal ini memungkinkan untuk mempromosikan kepada masyarakat luas yang membutuhkan Smartphone murah namun berkualitas baik. Salah satu alasan mengapa memberikan harga yang murah juga tentu saja karena biaya iklan yang tidak semewah produk lain seperti halnya Jepang dan Brand lainnya. China memiliki cara

---

mempromosikan yang baik dan kompetitif dari segi harga, kualitas dan lain – lain seperti yang disebutkan di atas. Semakin banyaknya produk smartphome yang dipasarkan dari berbagai negara, China mampu memberikan harga yang lebih dapat dijangkau daripada merek unggulan negara lainnya seperti halnya Jepang, yang saat ini kalah bersaing dengan China di pasar smartphome Indonesia. Begitu pula dengan semakin banyaknya smartphome yang masuk ke pasar Indonesia tentu semakin membuat persaingan semakin kuat.

## SIMPULAN

Era globalisasi membawa semua orang berhadapan dengan perubahan. Indonesia termasuk salah satu negara yang terdampak akan adanya arus globalisasi. Kemajuan IPTEK yang ada di Indonesia tentu tidak terlepas dari efek globalisasi. Perkembangan ini ditandai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin meningkat. Penguasaan teknologi menjadi prestise dan indikator kemajuan suatu negara termasuk didalamnya masyarakat negara tersebut. Dengan penguasaan teknologi muncul suatu istilah baru yang muncul kepermukaan masyarakat dunia sebagai suatu era digital. Semakin berkembangnya IPTEK akibat arus globalisasi di Indonesia berdampak pada kebutuhan akan teknologi yang lebih maju.

Hal ini dimanfaatkan oleh negara China untuk melakukan bisnis perdagangan internasional. China merupakan salah satu negara penghasil smartphome terbesar. Produk Smartphome China dalam memperkenalkan brandnya dengan lebih mengandalkan jejaring sosial sebagai alat pemasaran yang jauh lebih murah namun sama-sama efektif. Hal ini memungkinkan untuk mempromosikan kepada masyarakat luas yang membutuhkan Smartphome murah namun berkualitas baik. Salah satu alasan mengapa memberikan harga yang murah juga tentu saja karena biaya iklan yang tidak semewah produk lain seperti halnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alvianita, R. (2017). PERSAINGAN SMARTPHONE PRODUK CHINA DENGAN SMARTPHONE PRODUK JEPANG DI PASAR INDONESIA. *eJournal Ilmu Hubungan Internasional*, 1041-1056.
- Ball, R. and L. Shivakumar. 2005. Earnings Quality in UK Private Firms: Comparative Loss Recognition Timeliness. *Journal of Accounting and Economics*, 39, Pp. 83-128.
- Daeng, I. T. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado . *e-Journal "Acta Diurna"*.
- Djanudin, M. L. (2023). MEKANISME PENYELESAIAN SENGKETA DUMPING ANTAR NEGARA. *Lex Administratum*.
- Jackson, Robert & Sorensen, G., 1999. Introduction to International Relations. New York: Oxford University Press Inc.
- Kartawinata, B. R. (2014). *Bisnis Internasional*. Bandung: PT Karya Manunggal Lithomas.
- Lyman, P. N. (2020). Globalization and the Demands of Governance. *Georgetown Journal of International Affairs (Winter/Spring)*.
- Mankiw, G. N. (2003). *Teori Makroekonomi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Manurung, E. (2014). Studi Kasus Teori Perdagangan Internasional. *e-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Nurhaidah, I. M. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi Bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*.
- Putro dan Saputro, 2019. Analisis Komparasi Kepuasan Konsumen Yang Membeli Smartphone China pada Gerai Resmi dan Black Market. *Daing Saing. Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*. Vol. 21, No. 2 Desember 2019.
- Osman. (2018). Pengaruh Globalisasi Terhadap Peradaban. *Jurnal Peradaban*, 75-98.

- 
- Sahara, Ricca Pala. 2018. Strategi Ekonomi Politik Xiaomi Inc Dalam Memasuki Pasar Seluler (Smartphone) di India Tahun 2014-2017. *JOM FISIP* Vol. 5 Edisi 1 Januari – Juni 2018.
- Santoso, I. (2014). *Globalisme, Keamanan dan Keimigrasian*. Bandung: Rineka Cipta.
- Sembiring, M. T. (2019). Peninjauan Prospek Smartphone Global: Studi Pustaka. *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering*, 273-284.
- Setiawan, A. (2015). STRATEGI TIONGKOK MEMASARKAN PRODUK-PRODUK ELEKTRONIK DI INDONESIA TAHUN 2010-2014. *JOM FISIP*, 1-15.
- Simanjuntak, R. A. (2021). Dampak Globalisasi Terhadap Eksistensi Pancasila Sebagai Staatsfundamentalnorm Bagi Bangsa Dan Negara Indonesia Dalam Pembentukan Hukum Nasional. *Iuris Studia*, 217-233.
- Steven, Lamy. 2008. Contemporary Mainstream Approaches: Neo-Realism and Neo-Liberalism. Dalam Baylish, John and Smith, Steve, ed. *The Globalization of World Politics and Introduction to International Relations*. eds: New York: Oxford University Press
- Supriyanto, A. (2021). Dampak Globalisasi Ekonomi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal CIVIS*.
- Suryanto. (2022). ANALISIS PERDAGANGAN INTERNASIONAL INDONESIA DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHINYA. *Intermestic: Journal of International Studies*, 104-122.
-