

Analisis Perspektif Bisnis Internasional pada Apple Inc

Devina Wistiasari¹, Yolanda Alya Safitri²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Internasional Batam

e-mail : devina.wistiasari@uib.edu¹ , fllufyyolla14@gmail.com².

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perspektif bisnis internasional pada perusahaan teknologi terkemuka, Apple Inc. Dalam era globalisasi yang semakin maju, bisnis internasional menjadi faktor penting dalam pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan mengumpulkan data sekunder dari berbagai sumber seperti laporan keuangan, publikasi industri, dan artikel akademik terkait. Selain itu, wawancara dengan beberapa pakar industri juga dilakukan untuk mendapatkan pandangan yang lebih mendalam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Apple Inc telah berhasil membangun kehadiran global melalui strategi ekspansi pasar yang agresif. Perusahaan ini memiliki jaringan distribusi yang luas di seluruh dunia dan telah melakukan investasi besar-besaran dalam R&D (Research and Development) serta inovasi produk. Kunci kesuksesan Apple Inc dalam bisnis internasional adalah kemampuan mereka untuk menggabungkan desain inovatif dengan pengalaman pengguna yang sempurna. Keberhasilan produk-produk seperti iPhone, iPad, dan MacBook telah membuat perusahaan ini meraih pangsa pasar global yang signifikan. Namun demikian, ada tantangan-tantangan unik dalam menjalankan bisnis internasional bagi Apple Inc. Beberapa di antaranya termasuk regulasi perdagangan internasional, kompetisi ketat dari pesaing lokal di setiap negara targetnya, serta risiko geoekonomi dan politik. Dalam konteks ini, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perspektif bisnis internasional pada Apple Inc. Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam merencanakan ekspansi global mereka serta menghadapi tantangan yang terkait dengan bisnis internasional.

Kata kunci: *Bisnis Internasional, Apple Inc, Strategi Ekspansi Pasar, Inovasi Produk, Tantangan Bisnis Internasional*

Abstract

This study aims to analyze the international business perspective of a leading technology company, Apple Inc. In an increasingly advanced era of globalization, international business is an important factor in the growth and success of companies. The research method used is descriptive analysis by collecting secondary data from various sources such as financial reports, industry publications, and related academic articles. In addition, interviews with several industry experts were also conducted to get a more in-depth view. The results show that Apple Inc has successfully established a global presence through an aggressive market expansion strategy. The company has an extensive distribution network around the world and has invested heavily in R&D (Research and Development) and product innovation. The key to Apple Inc's success in international business is their ability to combine innovative design with a flawless user experience. The success of products such as the iPhone, iPad and MacBook has seen the company gain significant global market share. However, there are unique challenges in doing business internationally for Apple Inc. Some of these include international trade regulations, stiff competition from local competitors in each of its target countries, and geoeconomic and political risks. Dalam konteks ini, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang perspektif bisnis internasional pada Apple Inc. Hasil

penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam merencanakan ekspansi global mereka serta menghadapi tantangan yang terkait dengan bisnis internasional.

Keywords: *International Business, Apple Inc, Market Expansion Strategy, Product Innovation, International Business Challenges*

PENDAHULUAN

Apple Inc merupakan salah satu perusahaan multinasional yang bergerak di bidang teknologi dengan menawarkan hasil produk berupa alat-alat elektronik yang memudahkan masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi meski dalam jarak yang jauh sekalipun. Perusahaan ini berasal dari Amerika Serikat yang telah tercatat mengembangkan usahanya hampir di seluruh negara dunia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya anak perusahaan maupun hasil produk Apple Inc yang diekspor ke negara yang dituju. Tujuan pengembangan usaha Apple Inc diantaranya yaitu untuk memperluas target pasar dan pelanggan; mengenalkan hasil produk elektronik Apple Inc; meningkatkan hasil pendapatan perusahaan; serta memudahkan komunikasi masyarakat dengan mengikuti kemajuan teknologi terhadap perkembangan jaman (Indrayani & Ramadhanty, 2020).

Perluasan usaha Apple Inc ini dikenal dengan sebutan bisnis internasional yang telah dilakukan pada kerja sama berbagai negara di dunia, termasuk salah satunya yaitu Rusia. Hal ini masih relevan dengan pembahasan pada topik makalah penelitian Ujian Tengah Semeser yang lalu bahwa Apple Inc mengimplementasikan bisnis internasional dengan Rusia yang bertujuan untuk saling memberikan dampak yang menguntungkan satu sama lain. Namun, di tengah kondisi perubahan saat ini diketahui bahwa adanya invasi Rusia ke Ukraina tentu menyebabkan adanya perubahan bisnis internasional yang diinterpretasikan Apple Inc terhadap Rusia.

Namun, untuk melakukan bisnis internasional Apple Inc ke Rusia maupun negara-negara yang dituju sebagai perluasan agar dapat memasarkan, menawarkan, dan menjualkan hasil produk Apple diketahui bahwa perusahaan memerlukan upaya dan strategi pemasaran di pasar global yang harus dipenuhi agar mencapai tujuan yang diinginkan. Berbagai macam komponen penting dari bisnis internasional terkait pemasaran harus memperhatikan aspek seperti memahami kondisi pasar global, memiliki hak dan perijinan untuk masuk dan memasarkan produk ke pasar global; menyusun rencana dan strategi pemasaran ke pasar global; serta memiliki sumber daya manusia yang dapat mendorong pemasaran produk ke pasar global.

Oleh karena itu, sesuai penjelasan singkat ini maka penulis ingin membahas lebih detail terhadap strategi bisnis internasional Apple Inc terhadap upaya pemasaran hasil produknya untuk masuk ke pasar global yang tidak hanya di Rusia, melainkan di hampir seluruh negara lain melalui penyusunan makalah penelitian ini.

METODE

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini diketahui bahwa memanfaatkan jenis metode pendekatan kualitatif jenis deskriptif yang disampaikan Moleong (2008) dalam (Syahrul Jiwandono, 2020) menjelaskan bahwa metode kualitatif sebagai pendekatan yang memahami fenomena atau peristiwa yang terjadi pada subjek penelitian dengan hasil data diolah berupa kata-kata bukan angka. Pemilihan jenis penelitian kualitatif dianggap relevan dengan topik yang sedang diamati yakni berkaitan untuk mengetahui hasil analisis terhadap implementasi beberapa aspek-aspek bisnis internasional di Apple Inc yang berada di Rusia selama mengalami masa invasi.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini juga melakukan pengumpulan data melalui teknik sumber data sekunder yaitu data yang diambil secara observasi dan dokumentasi (Syahrul Jiwandono, 2020). Dalam penelitian ini diketahui mengumpulkan data melalui jurnal penelitian terdahulu yang relevan dengan pembahasan bisnis internasional yang dilakukan Apple Inc di Rusia,

serta pengambilan data pendukung lainnya melalui sumber berita online yang menjelaskan keadaan perusahaan Apple Inc saat menghadapi konflik Rusia – Ukraina selama melakukan bisnis internasional.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini didukung melalui tahapan analisis data yang disampaikan Miled dan Huberman dalam (Syahrul Jiwandono, 2020) dengan beberapa langkah diantaranya adalah mereduksi data, menyajikan data, serta menarik kesimpulan. Selain itu, penulis juga melakukan pengamatan secara pra-lapangan yaitu meninjau masalah terbaru tentang bisnis internasional yang dilakukan perusahaan besar Amerika Serikat di Rusia maupun Ukraina, kemudian tahap lapangan yaitu mengambil dan mengolah data penelitian yang telah ditentukan, sehingga dapat mencapai hasil kesimpulan penelitian melalui analisis data yang telah dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Understanding Emerging Markets Terhadap Apple Inc

Apple Inc sebagai perusahaan multinasional diketahui bahwa selalu melakukan observasi untuk bentuk pemahaman pasar global yang akan dijadikan host country menawarkan dan memasarkan hasil produk alat elektroniknya. Emerging markets merupakan salah satu strategi bisnis internasional yang diusulkan Apple Inc terutama ke negara-negara berkembang, seperti Indonesia. Hal ini dimaksudkan bahwa perusahaan ingin meratakan perkembangan terhadap kemajuan bidang teknologi yang tentunya dapat dirasakan seluruh kalangan masyarakat negara maju maupun negara berkembang.

Dalam upaya memahami emerging markets ke negara-negara berkembang banyak sekali penyesuaian yang dilakukan Apple Inc dengan mempelajari keadaan target pelanggan diantaranya melalui karakteristik dan perilaku pemahaman terhadap penggunaan alat elektronik yang semakin modern; adanya tingkat keinginan dan kebutuhan pelanggan untuk menggunakan produk yang dihasilkan Apple Inc; serta kemudahan untuk memasarkan produk Apple Inc ke host country yang diinginkan.

Selain itu, pemahaman Apple Inc melalui emerging markets juga diutamakan pada penyesuaian harga penjualan dari penawaran seluruh alat-alat elektronik yang dihasilkan perusahaan. Apple Inc harus menyesuaikan kondisi dengan melihat tingkat pendapatan ekonomi dari masyarakat host country yang dituju telah tergolong mampu untuk membelanjakan produk yang ditawarkan atau sebaliknya. Hal ini menjadi komponen penting dari understanding emerging markets sebab apabila Apple Inc tidak memperhatikan kemampuan target pelanggan berdasarkan tingkatan ekonomi akan menimbulkan kerugian dari perusahaan yang telah mengeksport hasil produknya namun tidak ada yang membeli produk tersebut.

Analisis Strategy and Organization in the International Firm Terhadap Apple Inc

Apple Inc dalam melakukan bisnis internasional diketahui memiliki berbagai macam strategiyang terstruktur dan terorganisir agar dapat masuk ke pasar global. Hal ini dibuktikan dengan salah satu strategi nyata yang terlihat dari cara Apple Inc yakni melalui tampilan iklan yang memiliki daya tarik mampu memikat target pelanggan baik pengguna lama alat-alat teknologi yang dihasilkan Apple Inc maupun pengguna baru. Strategi iklan yang baik merupakan teknik dasar untuk memasarkan dan menawarkan hasil produk berupa barang atau jasa tertentu ke target pasar dan pelanggan. Sehingga, tak khayal bahwa iklan produk harus ditampilkan menarik secara visual maupun audio.

Iklan Apple Inc juga mudah ditemui dimana saja sebab perusahaan menggunakan strategi dengan memanfaatkan penggunaan media sosial untuk memasang iklan seluruh produk yang dipasarkan ke target pelanggan. Pemilihan media sosial dianggap mampu secara efisien dan efektif dalam menyebarkan berita terkini, serta membantu perusahaan untuk meminimalisir biaya pengiklanan. Selain itu, kehidupan masyarakat saat ini yang tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial juga menjadi alasan lain kuatnya iklan Apple Inc disampaikan melalui media sosial sehingga berita terkait produk terbaru perusahaan dapat

dengan segera diterima target pelanggan. Hal ini juga membantu dalam bisnis internasional yang dilakukan Apple Inc karena hanya mengiklankan dari satu perusahaan utama namun mempengaruhi seluruh anak perusahaan lainnya di banyak host country.

Analisis Global Market Opportunity Assesment Terhadap Apple Inc

Bisnis internasional yang menjadikan Apple Inc sebagai perusahaan multinasional terbesar untuk menguasai pasar dalam bidang teknologi merupakan hasil dari kesempatan dan peluang yang diupayakan perusahaan di tengah kemajuan jaman akibat pengaruh globalisasi. Hal ini dibuktikan dari upaya pengembangan Apple Inc yang selalu meningkatkan hasil produk alat-alat teknologi dari smartphone, laptop, ipad, hingga komputer yang memiliki kecanggihan tergolong tinggi dibandingkan perusahaan kompetitor yang bergerak di bidang sama.

Selain itu, peluang lainnya yang diupayakan Apple Inc yakni berhubungan dengan kualitas dan kuantitas dari seluruh produk yang dihasilkan diketahui bahwa memiliki desain dan tampilan yang berbeda sehingga banyak konsumen yang dapat lebih cepat mengenal produk Apple Inc di pasaran. Apple Inc mengusulkan upaya yang berbeda dari seluruh hasil produk karena melihat banyak sekali peluang di tengah target konsumennya untuk tetap dapat bersaing sebab semakin banyaknya perusahaan pesaing yang mengeluarkan hasil produk teknologi dengan penawaran yang hampir menyaingi Apple Inc.

Peluang dan kesempatan merupakan salah satu komponen lainnya yang selalu dikelola manajemen operasional Apple Inc selama menjalankan bisnis internasional. Hal ini disebabkan dengan memanfaatkan peluang secara baik maka dapat mempertahankan keinginan dan memenuhi kebutuhan pelanggan, sehingga tetap menjadi pilihan para konsumen sebagai produk dengan merek alat teknologi yang selalu dicari dan ingin digunakan dalam waktu jangka panjang.

Analisis Foreign Direct Investment and Collaborative Ventures Terhadap Apple Inc

Apple Inc yang melakukan bisnis internasional yang menjalin kerja sama dengan hampir seluruh negara di dunia diketahui memiliki cara agar dapat masuk ke pasar global juga menanamkan modal usahanya melalui investasi yang dilakukan sebagai perusahaan asing ke host country. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya perusahaan atau kantor cabang dari Apple Inc yang dikhususkan untuk menawarkan dan menjual seluruh hasil produk perusahaan.

Foreign Direct Investment dianggap mampu mendorong untuk menciptakan keuntungan antara perusahaan dan host country. Apple Inc mampu memenuhi kebutuhan konsumen dari hasil produk alat-alat teknologi, serta memperoleh hasil pendapatan untuk mengembangkan perusahaannya. Sedangkan, bagi host country memperoleh penambahan devisa negara karena adanya perusahaan asing yang menanamkan modal usahanya di negara yang dituju.

Salah satu contoh nyata dari penanaman modal usaha asing Apple Inc seperti yang dilakukan ke Indonesia sebagai emerging market juga, sehingga ini memberikan dampak menguntungkan juga bagi Indonesia karena menambah nilai devisa negara. Selain itu, negara juga memperoleh hasil pendapatan lainnya melalui transaksi kegiatan ekspor dan impor dari pengiriman maupun masuknya barang-barang produksi Apple Inc yang akan dijual ke pasar Indonesia. Hal ini disebabkan adanya biaya pajak yang harus dibayarkan Apple Inc sebagai kewajiban dari ketentuan dalam melaksanakan bisnis internasional.

Analisis Licensing, Franchising, and Other Contractual Strategies Terhadap Apple Inc

Apple Inc dalam menjalani bisnis internasional memerlukan masuk ke pasar global sehingga untuk upaya ini diketahui bahwa perusahaan harus memperoleh perijinan secara legal. Adapun Apple Inc diketahui melakukan perundingan dengan pemerintah host country setempat agar mampu memenuhi kebutuhan dan kewajiban berkas-berkas untuk mendirikan perusahaan atau kantor cabang sesuai dengan rencana perusahaan. Tujuan dari hak legal atas perijinan memberikan keuntungan bagi Apple Inc karena dapat beroperasi sesuai

perlindungan hukum dari host country. Selain itu, adanya hak legal atas perijinan juga membuat kepercayaan bagi target konsumen. Salah satu contohnya seperti di Indonesia yang dimana Apple Inc telah memperoleh kepercayaan yang dilihat dari adanya website official atau asli dari perusahaan Apple Inc sebagai pernyataan bahwa adanya hak perijinan dari pemerintah Indonesia untuk mengembangkan usahanya di pasar Indonesia.

Selain itu, perusahaan Apple Inc juga membentuk adanya strategi pemasaran melalui sistem waralaba sebab banyak perusahaan lokal yang menjalin kerja sama internasional dengan Apple Inc untuk membantu memasarkan hasil produknya. Hal ini dibuktikan seperti banyaknya toko-toko elektronik yang menawarkan alat teknologi juga memasarkan hasil produk dari merek Apple meskipun perusahaan tersebut tidak beroperasi secara langsung di bawah Apple Inc. Kegiatan ini juga membentuk adanya strategi kontraktual antara perusahaan lokal dan Apple Inc untuk menjalin kerja sama melalui bisnis internasional.

Analisis Marketing in the Global Firm Terhadap Apple Inc

Pemasaran pasar global melalui Apple Inc sebagai perusahaan global tentunya memiliki strategi pemasaran agar hasil produk dapat dikonsumsi sesuai target konsumen yang ditentukan. Dalam bisnis internasional yang dilakukan oleh Apple Inc, diketahui bahwa manajemen operasional memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi yang menghubungkan perusahaan dan konsumen yang mempengaruhi tingkat pemasaran. Selain itu, strategi pemasaran melalui media sosial juga memiliki manfaat seperti meminimalkan biaya iklan, cepat menyampaikan informasi secara efisien dan efektif, serta mudah memperoleh dan mengetahui keinginan atau kebutuhan konsumen sasaran dalam mengonsumsi produk yang ditawarkan Apple Inc.

Strategi pemasaran yang diterapkan Apple Inc melalui media sosial perusahaan juga dapat dengan mudah ditemui sehingga target konsumen bisa melihat seluruh hasil produk yang ditawarkan tanpa perlu datang langsung ke gerai perusahaan terdekat. Selain itu, pengiklanan melalui media sosial juga menjadi marketing in the global firm yang memudahkan Apple Inc menyampaikan satu informasi terbaru ke seluruh anak perusahaan atau kantor cabang di banyak host country yang telah dilakukan kerja sama bisnis internasional.

Analisis Human Resource Management in the Global Firm Terhadap Apple Inc

Sumber daya manusia atau human resource menjadi salah satu komponen pendukung lainnya bagi perusahaan global dalam pelaksanaan bisnis internasional. Sehingga, banyak perusahaan global yang juga mengedepankan manajemen sumber daya manusia agar dapat dikelola dengan baik sehingga dapat membantu dan mendorong kegiatan perusahaan dalam mencapai tujuan, visi, dan misi perusahaan.

Apple Inc merupakan salah satu perusahaan global yang juga menerapkan human resource management saat melakukan bisnis internasional. Hal ini dibuktikan dari banyaknya lapangan pekerjaan yang ditawarkan perusahaan Apple Inc saat menjalin bisnis internasional di host country yang dituju. Hal ini dimaksudkan bahwa Apple Inc cenderung lebih senang bekerja sama dengan sumber daya manusia yang berasal dari host country karena beberapa faktor diantaranya yaitu telah mengenal perilaku dan karakteristik pelanggan di host country tersebut sehingga memudahkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi pemasaran yang dapat mencapai target penjualan. Selain itu, faktor lainnya yaitu upah dan gaji yang diberikan juga tergolong relatif karena menyesuaikan ketentuan pendapatan dari pemerintah host country setempat.

SIMPULAN

Berdasarkan penjelasan yang telah peneliti uraikan, dapat disimpulkan bahwa bisnis internasional Apple Inc di negara tuan rumah ditargetkan melalui pemasaran global dengan menawarkan produknya. Cara dan strategi dalam mencari peluang keuntungan. Selain itu, Apple Inc mengupayakan hak lisensi dan kerjasama waralaba yang dapat meningkatkan

pemasaran produknya. Apple Inc juga memberdayakan sumber daya manusia dengan membuka peluang kerja bagi orang-orang di negara tuan rumah sehingga mereka dapat berkontribusi untuk mendorong tujuan perusahaan di tingkat pasar global.

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, K. W. (2022). STRATEGI PEMASARAN GLOBAL DAN RISET PASAR TERHADAP PENJUALAN BATIK DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN (Studi Kasus Industri Batik Tulis Giriloyo). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)* 2, no. 1, 21-25.
- Indrayani, I., & Ramadhanty, A. (2020). STRATEGI APPLE INC. DALAM PENGUASAAN PASAR PRODUK TEKNOLOGI DI INDONESIA TAHUN 2015-2019. *Jurnal Ilmu Dan Budaya*, 41, 7919–7934.
- Mahardika, W. A. (2019, November 7). Apa Itu Emerging Market dan Mengapa Indonesia Jadi Negara Emerging Market Terbesar? Retrieved from AKURAT.CO: <https://akurat.co/apa-itu-emerging-market-dan-mengapa-indonesia-jadi-negara-emerging-market-terbesar>
- Mustopa, R. N. (2021). Pelatihan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Sosial Teknologi* 1, no. 3, 166-174.
- Ratnaningtyas, H. (2020). Pengaruh Foreign Direct Investment, Inflasi, Bi Rate Dan Nilai Kurs Rupiah Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan Indeks Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2010-2018. *Mabiska Journal* 5, no. 1, 1-15.
- Sevliani, M., & Adrianto, F. (2020). PENGARUH GENDER&EDUCATIONAL DIVERSITY PADA JAJARAN DIREKSI DAN KOMISARIS TERHADAP INTERNASIONALISASI(STUDY PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2018). *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen Dan Akuntansi*, 19(2), 144–153.
- Suwarso, S. (2018). Pengaruh Mata Kuliah Kewirausahaan Dan Pengantar Bisnis Terhadap Motivasi Dan Minat Wirausaha (Study Kasus Mahasiswa Akademi Akuntansi Pgrri Jember). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* 4, no. 2, 98-107.
- Syahrul Jiwandono, I. (2020). ANALISIS METODE PEMBELAJARAN KOMUNIKATIF UNTUK PPKN JENJANG SEKOLAH DASAR. *ELSE (Elementary School Education Journal)*, 4(1), 9–19. <https://doi.org/10.30651/else.v4i1.3970>
- Tsamrotur Rofa, I., Rizki Meilani, A., Mija Hasibuan, N., Kurnia Nasution, A., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (20221). Analisis Aspek Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Bisnis. *VISA: Journal of Visions and Ideas*, 1(1), 14–27.