

ABSTRAK

Dalam dua dekade terakhir telah penelitian terkait upaya perluasan pasar yang dilakukan oleh perusahaan dari negara maju ke negara berkembang dan dari negara berkembang ke negara berkembang lainnya telah banyak dilakukan. Akan tetapi, penelitian terkait upaya perluasan pasar oleh perusahaan dari negara *emerging market* ke negara maju masih terbatas. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian terhadap upaya perluasan pasar ekspor PT Semen Indonesia (Persero) Tbk sebagai perusahaan dari negara *emerging market* ke Amerika Serikat sebagai negara maju. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan analisis mengenai strategi yang digunakan oleh PT Semen Indonesia (Persero) Tbk sebagai MNC dari *emerging market* untuk memasuki pasar negara maju, yaitu Amerika Serikat, pada tahun 2021-2025. Pada penelitian ini, penulis menggunakan kerangka *Linkage, Leverage, dan Learning* (LLL) untuk menganalisis kasus yang diteliti. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Adapun data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari hasil wawancara dengan subjek penelitian dan situs resmi perusahaan terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang digunakan oleh SIG dalam melakukan perluasan pasar ke Amerika Serikat adalah dengan melakukan aliansi (*linkage*) *Taihayo Cement Corporation* (TCC), dilanjutkan dengan memanfaatkan pengaruh TCC untuk menjangkau pasar Amerika Serikat, dan menginternalisasi pengetahuan dan pengalaman (*learning*) yang diperoleh melalui integrasi dan pemanfaatan jaringan TCC.

Kata Kunci: PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, perluasan pasar, Amerika Serikat.

ABSTRACT

In the last two decades, there has been a lot of research related to market expansion carried out by companies from developed countries to developing countries and from developing countries to other developing countries. However, research related to market expansion by companies from emerging market countries to developed countries is still limited. Therefore, the author conducted a study on the export market expansion efforts of PT Semen Indonesia (Persero) Tbk as a company from an emerging market country to the United States as a developed country. The purpose of this study is to provide an analysis of the strategy used by PT Semen Indonesia (Persero) Tbk as an MNC from an emerging market to enter the developed country market, namely the United States, in 2021-2025. In this study, the author used the Linkage, Leverage, and Learning (LLL) framework to analyze the case studied. This research is qualitative using a case study approach. The data obtained in this study came from the results of interviews with research subjects and the official websites of related companies. The results of the study indicate that the strategy used by SIG in expanding its market to the United States is by making an alliance (linkage) with Taihoyo Cement Corporation (TCC), followed by utilizing TCC's influence to reach the United States market, and internalizing the knowledge and experience (learning) obtained through the integration and utilization of the TCC network.

Keywords: PT Semen Indonesia (Persero) Tbk, market expansion, The United States of America.