

PERSAINGAN LAZADA DAN RAKUTEN DALAM MENDOMINASI PASAR E-COMMERSE DI INDONESIA PERIODE 2012-2014

Maghfiratunisa Haq

Abstrak

Skripsi ini membahas tentang “PERSAINGAN LAZADA DAN RAKUTEN DALAM MENGUASAI PASAR E-COMMERSE DI INDONESIA PERIODE 2012-2014”. Dalam dunia internasional saat ini permasalahan bukan hanya menyangkut perang dan damai namun sekarang mengarah pada segi ekonomi. Liberalisasi perdagangan dijalankan oleh negara Indonesia demi menciptakan iklim persaingan dalam negeri. Lahirnya MNC merupakan akibat dari pengaruh sistem liberalisasi ekonomi. Globalisasi muncul seiring dengan pertumbuhan teknologi. *E-commerce* kemudian dianggap sebagai operasionalisasi dari globalisasi. Dalam penelitian ini penulis mencoba mendeskripsikan bagaimana strategi Lazada dan Rakuten dalam menguasai pasar e-commerce di Indonesia dengan menggunakan Teori Liberalisme, Teori Competitive Advantage, Konsep e-commerce dan konsep MNC. Metode penelitian secara Kualitatif yang bersifat Eksplanatif. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Lazada dan Rakuten sebagai entitas kemudian saling bersaing dalam menguasai pasar *e-commerce* di Indonesia melalui strategi-strategi seperti segi ekonomi, kebijakan dan hukum.

Kata kunci : Liberalisasi, MNC, e-Commerce, Lazada dan Rakuten.

THE COMPETITION OF LAZADA AND RAKUTEN IN TERM OF MASTERING THE E-COMMERSE MARKET IN INDONESIA PERIOD 2012-2014

Maghfiratunisa Haq

Abstract

This thesis discusses "The Competition of Lazada And Rakuten In Term Of Mastering The e-Commerce Market In Indonesia Period 2012-2014". In today's international world problem sare focusing not only about war and peace but now leads in terms of economics. Trade liberalization carried out by the Indonesian state to create a competitive climate in the country. The birth of MNCs is a result of the influence of economic liberalization system. Globalization appears in line with the growth of technology. E-commerce then considered the operationalization of globalization. In this study, the authors tried to describe what is the strategy of Lazada and Rakuten in order to mastering e-commerce market in Indonesia by using Liberalism Theory, Theory of Competitive Advantage, e-commerce concept and the concept of MNC. The authors using Qualitative research methods that are comes out explanatif. The results showed that Lazada and Rakuten entities then compete in term of mastering the e-commerce market in Indonesia through strategies such as economic, policy and law.

Keyword : Liberalization, MNC, e-Commerce, Lazada and Rakuten.