

ABSTRAK

Globalisasi telah mengaburkan batas antar negara, sehingga kemudahan media dan informasi mudah masuk ke sebuah negara. Dengan perkembangan tersebut mampu mendorong sebuah perusahaan untuk melakukan kegiatan di lingkup global, seperti internasionalisasi. Internasionalisasi merupakan kegiatan untuk memperluas pasar produknya yang tadi hanya di pasar domestik kemudian memasuki pasar internasional dan melakukan ekspansi bisnis. Proses internasionalisasi ini dapat disesuaikan dengan beberapa strategi dan analisis yang dijalankan oleh sebuah perusahaan. Salah perusahaan yang melakukan kegiatan internasionalisasi adalah perusahaan Mixue Bingcheng asal China. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi internasionalisasi yang dilakukan perusahaan Mixue dalam melakukan proses internasionalisasi dan ekspansi bisnisnya di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, metode pengumpulan data melalui wawancara, observasi dan studi kepustakaan, yang kemudian data akan disajikan secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan Mixue melakukan proses internasionalisasi dengan menerapkan indikator yang melihat bahwa Indonesia sebagai negara konsumen. Melalui hal tersebut Mixue mampu menyesuaikan strategi untuk ekspansi bisnisnya di Indonesia.

Kata Kunci: Internasionalisasi, Mixue, Ekspansi Bisnis, Indonesia

ABSTRACT

Globalization has blurred borders between nations, making it easy for the media and information to enter a country. With such developments it is possible to encourage a company to undertake activities on a global scale, such as internationalization. Internationalization is an activity to expand the product market that was only in the domestic market then enter the international market and do business expansion. This process of internationalization can be adapted to some strategy and analysis carried out by a company. One of the companies that carried out internationalization activities was Mixue Bingcheng from China. The aim of this research is to find out the internationalization strategy that Mixue company has undertaken in the process of internationalisation and expansion of its business in Indonesia. The research methods used are qualitative, the data sources used are primary data and secondary data, the method of collecting data through interviews, observations and library studies, which will then be presented in a descriptive manner. The results of the research show that Mixue undertook the process of internationalization by applying indicators that see that Indonesia as a consumer country. Through this, Mixue was able to adapt its strategy for expanding its business in Indonesia.

Keywords: *Internationalization, Mixue, Business Expansion, Indonesia*