

KEPENTINGAN APPLE INC DALAM PERDAGANGAN PASAR SELULER DI INDONESIA TAHUN 2011-2015

Oleh:

Syafira Yunita Annisa
Syafirayunitaa@yahoo.com

Pembimbing : Indra Pahlawan, S.IP. M.Si
Bibliography: 8 Jurnal, 10 Buku, 1 Skripsi, 39 Website

Jurusan Ilmu Hubungan Internasional – Prodi Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28294
Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

This research describes the interest of apple inc in cellular markets trading in Indonesia on 2011-2015. Many smartphones in the market cellular in Indonesia has resulted in competition between the company smartphone in selling their products. Apple entering Indonesia in 2009 and make sale their products that experienced an increase in from year to year. At the moment apple occupying the position of two for the sale of their products in the position of first occupied by Samsung. The method that is used in this research is qualitative research. Some of the data are obtained from books, journal, articles, internet, and another media. The focus of this research is what the significance apple inc trade cellular market in Indonesia. This research using neoliberalism perspective, the theory competitive advantage from Michael E. Porter and the level analysis group. The interest of apple inc trade cellular market in Indonesia because Indonesia has great potential for the trade. Increasing the sale of products apple over the years, many consumers who use the iPhone, and apple investing in Indonesia by opening the online store. the Indonesian government giving the rules on imports smartphone to Indonesia by imposing import tax smartphone. The regulation TKDN (the component in public) for Apple. And the support of the united states against apple country of origin the company.

Key words : *Apple Inc, Neoliberalism, Competitive Advantage.*

Pendahuluan

Penelitian ini mengkaji tentang Kepentingan Apple Inc Melakukan Perdagangan Pasar Seluler di Indonesia pada tahun 2011-2015 yang akan difokuskan dari sudut pandang ekonomi politik dalam studi Hubungan Internasional. Ekonomi politik internasional merupakan bidang studi yang membahas interaksi, keterkaitan serta saling mempengaruhi antara faktor-faktor ekonomi dan politik dalam lingkup hubungan internasional.

Perjalanan telekomunikasi di Indonesia dimulai dengan hadirnya NMT (Nordic Mobile Phone) dengan sistem analog yang dikembangkan oleh The Telecommunication Administration of Sweden, Norwegia, Finlandia dan Denmark. Setahun berselang, teknologi bergeser ke NMT Modifikasi dengan sistem AMPS (Advance Mobile Phone System), dimana ada 4 operator di Indonesia yang menggunakan sistem ini, yaitu PT Rajasa Hazanah Perkasa, PT Elektrindo Nusantara, PT Centralindo Telekomindo, dan PT Panca Sakti.

Pada akhir tahun 1999, terdapat 2,5 juta pengguna pelanggan seluler di Indonesia dan sebagian besar adalah pengguna produk ketiga operator tersebut. Pada tahun 2000, layanan SMS (Short Message Service) mulai marak dan Nokia menjadi brand yang sangat populer. Pada tahun 2002, penyedia jaringan telekomunikasi Ericsson dan Alcatel mulai masuk ke Indonesia. Di tahun 2003, era CDMA dimulai dengan hadirnya Esia dan Flexi milik Telkom. Kehadiran CDMA diakui cukup berdampak pada jumlah pengguna seluler meningkat tajam karena semakin murah tarif layanan dan handset.

Pada saat ini kita melihat persaingan yang semakin ketat antar operator dalam menarik konsumen supaya tertarik untuk menggunakan produknya, khususnya untuk fixedline wireless ataupun seluler. Seperti dalam beberapa media kita saksikan perang harga untuk menarik pelanggan dilakukan oleh berbagai operator, sehingga masyarakat ataupun konsumen pun mulai cerdas juga banyak memanfaatkan perang harga tersebut untuk mendapatkan harga termurah dengan sering berganti operator ataupun memiliki beberapa jasa pelayanan dari beberapa operator.

Oleh karena itu pasar telepon seluler di Indonesia diperkirakan memiliki tingkat perputaran pelanggan bulanan tertinggi di dunia. Angka perputaran pelanggan telepon seluler di Indonesia diperkirakan mencapai 8,6 persen dalam sebulan.¹ Perkembangan teknologi pada saat ini sangat pesat sekali terutama teknologi di bidang informasi komunikasi. Dilihat dari sisi kecepatan maupun kemudahan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan juga semakin berkembang. Pasca Perang Dunia II, fenomena ekonomi politik ditandai dengan hadirnya aktor-aktor nonnegara yang ikut memainkan peran penting dalam hubungan ekonomi lintas negara. Salah satu aktor yang menonjol adalah Perusahaan Multinasional atau Multinational Corporation (MNC).

Indonesia dan Amerika telah menjalin hubungan khusus lewat kesepakatan “US-Indonesia Comprehensive Partnership” atau “kemitraan komprehensif Indonesia-Amerika” sejak tahun 2010.² yang ditandatangani langsung oleh menteri luar negeri kedua negara kala itu:

¹<http://bappeda.blorakab.go.id/> (diakses pada tanggal 7 November 2016 pukul 19.24 WIB)

²www.voaindonesia.com diakses pada tanggal 13 November 2016 pukul 13.30 WIB

Pembahasan dari penelitian ini berfokus pada kepentingan apple inc dalam perdagangan pasar seluler di Indonesia. Apple Inc melakukan kerjasama dengan salah satu perusahaan smartphone yang mendunia yaitu Samsung Group yang sekaligus menjadi pesaingnya di dalam perdagangan internasional. Apple Inc dan produknya, berupaya bersaing dengan produk dari samsung group dalam berinovasi di smartphone yang banyak digunakan oleh masyarakat dunia. Apple ingin membuat aplikasi yang mendukung dalam inovasinya agar dapat terintegrasi lebih baik dengan software dari samsung group. Inovasi tersebut dilakukan Apple sebagai bentuk dari upaya didalam menjaga loyalitas konsumen dengan memperhatikan harapan dan kebutuhan konsumennya. Negara Amerika Serikat sebagai asal dari MNC Apple Inc memiliki kepentingan didalam Apple Inc.³ Kompetisi yang terjadi antar perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi untuk menciptakan produk terbaik yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pasar, selain itu sektor telekomunikasi merupakan salah satu indikator pembangunan suatu negara. Terdapat empat hal yang menjadi indikator pembangunan suatu negara yaitu: a. Pendapatan perkapita, b. Keadaan industri konstruksi, c. Tingkat polusi, d. Jumlah sambungan telepon.⁴

Bagi Apple, Indonesia adalah salah satu pasar potensialnya. Dengan jumlah populasi mencapai lebih dari 250 juta orang, Indonesia jelas tidak bisa dipandang sebelah mata atau ditinggalkan begitu saja. Supaya eksistensinya disini tetap terjaga, Apple

mau tau mau harus mematuhi persyaratan atau aturan yang ada. Peraturan TKDN sendiri saat ini masih dalam tahap penggodokan oleh tiga kementerian yaitu Kementerian Perindustrian, Kementerian Komunikasi dan Informasi, serta Kementerian Perdagangan.

Rilis pertama produk iPhone pada tahun 2007 yang menjadi tonggak kesuksesan Apple di abad ke-21 sebenarnya diawali oleh perencanaan dan kampanye pemasaran yang telah disusun bertahun-tahun sebelumnya, bukan hanya hasil pemikiran singkat. Dengan penerapan perencanaan startegis yang teliti dan didukung dengan sumber daya yang terpenuhi, Apple berhasil meraih posisi sebagai salah satu perusahaan komunikasi tersukses di dunia. Walaupun Apple sudah eksis sejak bertahun-tahun sebelumnya, pemasaran iPhone-lah yang sukses menancapkan merk Apple di benak para pecinta teknologi komunikasi.

Apple dikenal dengan aturannya yang ketat soal pemasaran produk. Namun pasar Indonesia yang disebut unik memaksa pembesut iPhone ini untuk mengubah startegi pemasarannya. Di negara-negara lain, Apple biasanya memasarkan iPhone dengan menggandeng operator seluler setempat. Metode yang dilakukan adalah dengan cara *bundling* iPhone bersamaan dengan penggunaan paket internet selama periode tertentu, umumnya 2 tahun. Namun nyatanya strategi pemasaran yang kerap disebut jalur *closhed channel* itu tak sesuai untuk pasar Indonesia.

apple menduduki posisi ke 2 setelah samsung yang menempati posisi pertama dalam penjualan smartphone di

³Asri Melda, Oktober 2015, Kepentingan Amerika Serikat dalam Mempertahankan Perdagangan Produk Apple Inc di Korea Selatan, JOM FISIP Volume 2 No. 2

⁴Donald A. Ball, Wendell H. McCulloch, Jr, Paul L Frantz, J. Michael Geringer, Michael S. Minor. 2004. Tantangan Persaingan Global Jakarta: Salemba 4. Hal: 310

Indonesia, akan tetapi dengan inovasi-inovasi yang di keluarkan oleh Apple sekarang ini banyaak konsumen-konsumen yang beralih dari android ke IOS.

Apple memprediksikan penjualan iPhone akan naik dari tahun ke tahun mengingat banyaknya inovasi-inovasi yang dilakukan perusahaan tersebut dalam memuaskan keinginan konsumennya.

Landasan Teoritis

Perspektif adalah sudut pandang atau bagaimana cara kita memandang suatu hal. Perspektif dalam hubungan internasional dapat diartikan sebagai sudut pandang yang di pakai untuk memahami fenomena-fenomena atau masalah-masalah dan lain-lain yang termasuk ke dalam ruang lingkup kajian hubungan internasional.

Perspektif neoliberal

Menurut Joseph Nye dan Robert Keohan, kemunculan organisasi-organisasi internasional menjadi titik awal dalam lahirnya kembali liberalisme sebagai sebuah aliran dalam hubungan internasional. Dalam perspektif ini isu-isu yang menjadi bahasan utama adalah mengenai low politics seperti hak asasi manusia, ekonomi, isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan, dan lain-lain.⁵

Untuk menjelaskan permasalahan di atas digunakan *neo-liberal perspective* untuk memahami strategi-strategi yang digunakan Apple Inc dalam perdagangan seluler di Indonesia. Menurut Mochtar Mas'ood ada dua hal yang perlu diperhatikan dalam memilih peringkat analisis yaitu: pertama, menentukan unit analisis, yaitu yang perilakunya hendak dideskripsikan, dijelaskan, dan diramalkan yang disebut sebagai variabel dependen. Kedua, menentukan unit

analisis hendak diamati yang disebut juga variabel dependen.

Multinational Corporation sebagai aktor yang muncul dalam perdagangan internasional dapat meningkatkan proses globalisasi produksi yang diikuti dengan adanya globalisasi pemasaran yang menembus batas-batas suatu negara. Globalisasi produk dan pemasaran ini mengharuskan perusahaan multinasional untuk senantiasa bergerak untuk mencari sumber-sumber produksi, tempat proses produksi dan daerah pemasaran yang memberikan keuntungan maksimal.

Gejala perusahaan multinasional ini direspon oleh negara-negara di dunia dengan menciptakan berbagai keunggulan komoaratif yang memungkinkan perusahaan itu untuk menanamkan modalnya. Bentuk keunggulan ataupun kemudahan yang ditawarkan ini beragam seperti: pajak yang rendah, pembebasan bea masuk, ketentuan hukum perburuhan yang longgar, kepastian hukum dan keamanan investasi, kemudahan akses pasar, Free Trade Zone, Export, Processing Zone dan Blok Pedagangan.

Tingkat analisis yang digunakan untuk memahami perilaku dari aktor hubungan internasional menjadi lima yaitu: Pertama, Tingkat analisa yang melihat fenomena hubungan internasional sebagai interaksi perilaku individu-individu. Kedua, Tingkat analisis kelompok. Ketiga, Tingkat analisis negara bangsa. Keempat, Tingkat analisis kelompok Negara-Bangsa. Kelima, Tingkat analisis Sistem Internasional. Berdasarkan tingkat analisis yang telah dipaparka penelitian ini menggunakan tingkat analisis kelompok. Level analisis kelompok berasumsi peristiwa internasional

⁵<http://nur-inayati-fisip13.web.unair.ac.id> Diakses pada tanggal 14 November 2016 pukul 08.09 WIB

sebenarnya ditentukan oleh sekelompok individu yang tergabung dalam birokrasi, departemen, badan pemerintahan, organisasi atau kelompok kepentingan.

Teori Keunggulan Kompetitif

Teori yang digunakan ialah Teori Keunggulan Kompetitif (*Competitive Advantage*) dari Michael E. Porter, ia menyatakan bahwa dalam era persaingan global saat ini negara bangsa harus memiliki keunggulan kompetitif agar dapat bersaing dipasar internasional.

Day dan Wensley meyakini bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan merupakan bentuk-bentuk strategi untuk membantu aktor ekonomi dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Pendapat tersebut didukung oleh Ferdinand yang menyatakan bahwa pada pasar yang kompetitif, kemampuan aktor menghasilkan kinerja, terutama kinerja keuangan, sangat bergantung pada derajat keunggulan kompetitifnya. Suatu aktor dikatakan memiliki keunggulan kompetitif ketika aktor tersebut mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki pesaing, melakukan sesuatu yang lebih baik dari aktor lain, atau mampu melakukan sesuatu yang tidak mampu dilakukan oleh aktor lain.⁶

Keunggulan kompetitif yang hanya didukung oleh satu atau dua atribut saja biasanya tidak akan dapat bertahan, antara atribut harus saling berinteraksi positif dalam negara dan akan sukses dalam meningkatkan daya saing. Suatu negara akan dapat bertahan dipasar global jika memiliki faktor-faktor berikut:

1. *Factor Condition*, yaitu sumber daya manusia dan sumber daya

alam, iptek, permodalan dan prasarana. Posisi negara dalam melakukan kegiatan produksi.

2. *Demand Conditional*, permintaan merupakan factor penentu keunggulan daya saing suatu bangsa, perusahaan dan produk yang dihasilkan.
3. *Related and Supporting Industry*, untuk menjaga dan memelihara kelangsungan keunggulan daya saing.
4. *Firm Strategy, Structure and Rivalry*, Strategi perusahaan, struktur organisasi, serta kondisi persaingan yang berat akan membuat negara melakukan peningkatan produk teknologi dan layanannya.⁷

Teori ini juga disebut sebagai teori Diamond yang dapat juga digunakan didalam tatanan nasional, pemerintah dapat merumuskan strategi untuk dapat memperkuat keunggulan kompetitif negara yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan nasional dengan melakukan standarisasi kualitas produk nasional didalam kancah internasional.⁸ Teori ini berpendapat bahwa suatu negara harus memiliki keunggulan dari negara lain dan harus dapat mengoptimalkan peran pemerintahan untuk dapat mengatasi permasalahan yang tidak dapat ditangani oleh para pelaku Apple Inc yang mana hal tersebut dapat mengganggu kelancaran pasar.

Berdasarkan pada keunggulan kompetitif Michael E. Porter juga menyatakan bahwa agar sukses bersaing perusahaan harus memiliki strategi kompetitif. Menurut Bowman dan Devinney dapat tiga tingkatan strategi yaitu:

⁶<http://putrinyaperwira-fisip09.web.unair.ac.id>
Diakses pada tanggal 14 November 2016 pukul 08.44 WIB

⁷ Hamdadi.Hadi.2001. Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi.Bogor:Ghatia Indonesia.

⁸ Ema Khairina Maulinda. "Strategi Nokia Corporation dalam pesaing *Research in Motion* (RiM) corporation Blackberry dalam pasar produk *Telephone Celluler Global* " (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau, Pekanbaru)

1. Strategi korporasi (Corporate Strategy) adalah strategi yang dirancang di tingkat atau level organisasi yang tersusun atau sekumpulan bisnis yang relatif tidak berkaitan satu sama lain. Fokus strategi korporasi adalah mengembangkan bisnis yang memberi keuntungan terbesar bagi perusahaan, baik secara finansial maupun non finansial.
2. Strategi kompetitif (Competitive Strategy) adalah strategi di tingkat bisnis yang memiliki perhatian utama pada penciptaan keunggulan kompetitif produk atau jasa yang terus menerus.
3. Strategi fungsional (Functional Strategy) adalah strategi di tingkat fungsional atau departemen yang memiliki perhatian pada efisiensi dan produktifitas penggunaan sumberdaya industri.

Menurut Bowman dan Devinney, strategi kompetitif (competitive strategy) adalah strategi di tingkat bisnis yang memiliki perhatian utama pada penciptaan keunggulan kompetitif produk atau jasa yang terus menerus.

Hasil dan Pembahasan

Pangsa pasar seluler di Indonesia yang besar menyebabkan beberapa vendor smartphone ternama berlomba-lomba mengeluarkan produk smartphonenya, apple merupakan perusahaan ternama dengan produknya yang diberi nama iPhone masuk pertama kali di Indonesia pada tahun 2007, iPhone sendiri banyak diminati oleh konsumen Indonesia dikarenakan fiturnya yang canggih dan juga inovasi-inovasi yang dilakukan Tim Apple dalam memuaskan

konsumennya. Masuknya produk apple ke Indonesia menyebabkan persaingan yang ketat dalam pasar seluler di Indonesia. Apple sendiri melakukan perdagangan ke Indonesia memiliki kepentingan dibidang ekonomi dan juga politik.

Kepentingan Apple Inc di Bidang Ekonomi

Sebagai perusahaan multinasional yang ternama apple mempunyai tujuan yaitu ingin produknya diterima oleh konsumen dan laku di pasaran. Apple juga ingin menguasai pangsa pasar di dunia walaupun pada saat ini apple menduduki posisi ke dua setelah Samsung. Apple sendiri merupakan sebuah perusahaan yang berasal dari Amerika Serikat yaitu negara dengan kemajuan ekonomi yang tidak lepas dari sumber daya alam yang melimpah serta pengolahan sumber daya manusia yang dioptimalkan dengan baik, selain itu pembangunan infrastruktur di negara Amerika Serikat dan juga tingginya tingkat produktifitas yang tinggi.

Kontribusi yang diberikan apple inc untuk negara asalnya tersebut antara lain menciptakan lapangan kerja, apple inc memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan yang memiliki tujuan untuk dapat mempromosikan penjualan produk Apple Inc di kalangan pelajar yang dapat di manfaatkan dalam pendidikan. Dan juga peningkatan Investasi telekomunikasi bagi Amerika Serikat.

Peningkatan Penjualan iPhone dari Tahun Ke Tahun.

Sejak pertama kali dirilis di Indonesia pada tahun 2009, Apple Inc perusahaan asal amerika ini berhasil melakukan perdagangannya produk smartphonenya yaitu iPhone di Indonesia. Banyaknya konsumen yang tertarik oleh desain dan kecanggihan iPhone ini membuat banyak konsumen yang tertarik oleh iPhone. Tercatat dari tahun 2011 hingga 2015

penjualan iPhone mengalami kenaikan dari tahun ke tahun.

Pada pasar telepon pintar, Samsung dan Apple semakin menguasai dengan masing-masing memiliki pangsa pasar sebesar 29% dan 21,8 %. Samsung sendiri selama kuartal keempat berhasil menjual sebanyak 63,7 juta unit telepon pintar, melonjak menjadi 76% jika dibandingkan dengan penjualan pada kuartal yang sama di tahun 2011. Sementara Apple menjual sebanyak 47,8 juta unit telepon pintar, meningkat 29,2% jika dibandingkan dengan kuartal keempat tahun 2011.⁹

Untuk tahun 2013 sampai dengan 2014 Pasar Smartphone dipimpin oleh Samsung dan Apple. Vendor asal Korea Selatan ini berhasil menguasai 78.8% persen. Dilihat dari unit Samsung memang mengalami kenaikan dari 228 juta unit di 2013 menjadi 289 juta unit di 2014. Apple sendiri mengalami lonjakan penjualan. Pada tahun 2013, iPhone terjual sebanyak 51 juta unit ponsel. Ditahun berikutnya, perusahaan yang dipimpin Tim Cook ini berhasil menembus angka 74.5 juta unit.¹⁰

Pada tahun 2015 peringkat kedua, apple berhasil mengirimkan 74.8 juta unit smartphone pada periode yang sama. Jumlah tersebut meningkat beberapa persen dari pengiriman yang dilakukan apple pada periode kuartal keempat 2014. Dominasi Samsung atas Apple meningkat cukup signifikan tahun ini, dari 0,2 persen menjadi 2,7 persen.¹¹

Penguasaan Pasar Seluler Oleh Apple Inc.

Pada penguasaan pasar seluler apple menempati posisi ke dua setelah Samsung, akan tetapi banyaknya konsumen sekarang ini yang beralih dari android menggunakan iPhone. Popularitas apple yang semakin melejit mengakibatkan ponsel itu semakin

meningkat seiring beralihnya pengguna android ke iOS. Pada kuartal keempat tahun 2015 apple berhasil menjual 48,04 juta unit iPhone, dan 14 juta di antaranya adalah mantan pengguna Android.

Move to iOS adalah aplikasi yang memudahkan pengguna smartphone untuk beralih ke iPhone. Faktor utama yang membuat pengguna Android berpaling ke iPhone adalah dikarenakan kehadiran iPhone 6s dan 6s Plus yang dimana perangkat ini dinilai unggul dari sejumlah ponsel terunggul Android saat ini.

Jumlah pengguna iPhone yang meningkat membuat pendapatan Apple ikut melonjak. Berdasarkan laporan keuangan untuk kuartal keempat yang berakhir pada 26 September 2015, perusahaan ini memiliki pendapatan sebesar US\$ 51,5 miliar dan keuntungan sebesar US\$ 11,1 miliar. Ini merupakan lompatan yang cukup besar bagi Apple dibandingkan dengan pendapatannya tahun yakni sebesar US\$ 8,5 miliar.¹² Pada tahun 2015 merupakan tahun sukses bagi keadaan fiscal Apple dengan pendapatan yang bertumbuh sebesar 28 persen.

Pada tahun yang sama pula apple telah menjual 13 juta iPhone pada 3 hari pertama ketika ponsel-ponsel baru dipasarkan, lebih banyak dibandingkan tahun lalu ketika iPhone berhasil menjual 10 juta unit pada minggu pertama penjualan. Bagi perusahaan ini kesuksesan yang telah diraih adalah hasil dari komitmen kami untuk melakukan yang terbaik dan menghasilkan produk-produk inovatif.

Perusahaan multinasional yang bermarkas di California ini memiliki sekitar 100.000 pegawai. Apple akan terus meningkatkan performanya dengan menghasilkan produk-produk elektronik canggih serta berbagai aplikasi pendukung,

⁹Ibid, hal 56

¹⁰Ibid, hal 58

¹¹Ibid, hal 59

¹²<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151028150829-185-87939/14-juta-pengguna-android-beralih-ke-iphone/> diakses pada Senin 3 April 2017 pukul 12.06 WIB

seperti Apple Music, Apple Pay, dan iCloud untuk para penggunanya.

Investasi Apple Di Indonesia.

Banyaknya perusahaan terkemuka di dunia yang akan berinvestasi di Indonesia, termasuk salah satunya Apple Inc. Apple berencana akan melakukan investasi di Indonesia, menurut Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) perusahaan teknologi Apple telah mendapat persetujuan investasi di Indonesia sejak Desember 2013. Realisasi investasi Apple di Indonesia diprediksi mencapai 3 juta dollar AS atau sekitar 28,5 miliar. Keuntungan dari investasi ini ialah produk Apple bisa masuk pasar Indonesia lebih awal.¹³ Investasi yang dilakukan Apple di Indonesia ialah toko *online*.

Sebagai awal investasi di Indonesia, Apple telah membuka toko konten multimedia digital iTunes Store pada 4 Desember 2012 yang dimana pengguna iTunes Store bisa membeli konten music dan video dengan mata uang Rupiah. Setelah membuka toko online Apple berencana akan membuka dealer resminya di Indonesia. Besar kemungkinan Apple akan memperkuat dan memperluas jaringan distribusinya di Indonesia.

Toko Online Apple store sempat dibuka di Indonesia pada tahun 2008 silam. Namun, ini bukanlah penjualan langsung ke Indonesia. Toko online ini sebenarnya berada di Singapura, yang pada akhirnya menemukan berbagai kesulitan termasuk yaitu pengiriman barang dari Singapura ke Indonesia. Toko online Apple store Indonesia akhirnya ditutup untuk pembelian. Pengguna dari Indonesia saat ini hanya bisa melihat daftar harga dan menemukan toko fisik resmi yang menjual produk Apple.

¹³<http://tekno.kompas.com/read/2013/01/22/18422843/berapa.nilai.investasi.apple.di.indonesia> diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 11.02 WIB

Kondisi sekarang ini, bukan tidak mungkin bagi Apple akan membuka lagi toko online-nya di Indonesia. Opsi lain selain toko online adalah toko fisik. Jika Apple hendak membuka toko fisik di Indonesia, maka Apple harus membangun toko modern dengan luas lantai penjualan lebih dari 2.000 meter persegi.¹⁴ Peraturan investasi dibuat bagi penanam modal asing agar tidak mengganggu penanam modal dalam negeri.

Pada kawasan Asia, Apple hanya membangun 3 toko fisik Apple store, yaitu di Tokyo, Hong Kong, dan Shanghai. Jika Apple tidak berkenan membangun sendiri toko fisik Apple store, langkah yang bisa dilakukan perusahaan itu adalah menggandeng mitra lokal untuk membangunnya, seperti yang dilakukan Research In Motion (RIM) dengan salah satu distributornya Teletama Artha Mandiri (TAM) dalam membangun toko fisik BlackBerry. Setelah mendapat persetujuan investasi di Indonesia, Apple sudah bisa memulai investasinya dalam bentuk apapun. Apple akan dihadapkan pada regulasi perdagangan yang berlaku di Indonesia, termasuk regulasi transaksi elektronik karena Apple telah dulu membuka toko konten multimedia iTunes Store.

Kementerian Komunikasi dan Informatika telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah No. 82 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik. Dalam Pasal 17 Ayat 2 disebutkan, penyelenggaraan sistem elektronik untuk pelayanan public wajib menempatkan pusat data (*data center*) dan pusat pemulihan bencana (*disaster recovery center*) di wilayah Indonesia untuk kepentingan penegakan hukum, perlindungan, dan penegakan kedaulatan negara terhadap data warga negaranya.¹⁵ Langkah ini menjaga agar data lokal tidak

¹⁴[Bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/01/23/13100997/twitter.com](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/01/23/13100997/twitter.com) diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 15.15 WIB

¹⁵ Ibid.

dimanfaatkan pihak lain, dan membuat akses internet lebih cepat. Selain itu, keberadaan data center milik perusahaan internet global di Indonesia juga dapat menekan biaya *bandwidth* internet keluar negeri yang harus di bayar penyedia jasa internet lokal atau *internet service provider* (ISP).

Kepentingan Apple Inc di Bidang Politik.

Apple inc yang melakukan perdagangan smartphone di Indonesia selain memiliki kepentingan dibidang ekonomi juga memiliki kepentingan dibidang politik. Masuknya produk iphone ke Indonesia tidak lepas dari campur tangan pemerintah Indonesia. Tanpa adanya regulasi yang diberikan oleh pemerintah Indonesia iPhone belum tentu bisa melakukan perdagangan smarphoneya di Indonesia.

Pemerintah Indonesia pun memberikan kebijakan kepada apple agar bisa melakukan perdagangan smartphone nya di Indonesia seperti mematuhi peraturan TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) yang diterapkan pemerintah Indonesia terhadap Apple Inc dan juga pemberlakuan pajak impor Smartphone di Indonesia.

Pemerintah Indonesia Berlakukan Pajak Impor Smartphone.

Departemen Perdagangan dan Perindustrian memberlakukan pajak penjualan barang mewah sebesar 20 persen untuk smartphone impor. Pajak yang diusulkan akan diberlakukan baik untuk handphone dengan harga di atas Rp 5 juta maupun handphone impor dengan segala jenis harga. Kementrian beralasan bahwa pemerintah perlu melindungi produsen lokal dari gempuran merek luar negeri yang membanjiri tanah air.

Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) menyatakan bahwa Indonesia mengimpor handphone hingga senilai USD 2,79 miliar

pada tahun 2013. Angka tersebut menunjukkan bahwa handphone merupakan komoditas impor terbesar di Indonesia selain minyak dan gas.¹⁶ Saat ini Indonesia hanya memiliki pabrik smartphone untuk lima merek lokal: Axioo, Polytron, Evercoss, Mito, dan Advan. Kebijakan ini untuk menekan penyelundupan.

Alasan kenapa iPhone selalu terlambat masuk ke Indonesia dan harganya pun lebih mahal karena adanya regulasi dan perizinan pemerintah yang cukup rumit. Kebijakan Apple tidak memungkinkan Apple untuk mengirim prototype produk sebelum dirilis secara resmi untuk diuji coba otoritas pemerintah yang berwenang.

Harga iPhone yang ada di Indonesia berbeda dengan harga iPhone yang ada di Malaysia dan Hongkong. Harga iPhone di Indonesia lebih mahal dibandingkan negara lain karena pemerintah menerapkan pajak pendapatan negara (PPN).¹⁷ Selain itu penyebab lainnya versi iPhone yang masuk ke tanah air merupakan versi *Unlocked* yaitu ponsel tersebut bisa memakai kartu selular apapun dan dapat menggunakan penyedia layanan internet manapun, tidak hanya dengan satu provider. Sedangkan, versi iPhone yang beredar di Amerika Serikat atau Kanada adalah versi *Locked* yaitu pengguna dibatasi menggunakan kartu selular maupun provider internet. Logo penyedia jaringan bertulis AT&T, Verrizon, Sprint dan sebagainya yang ada di iPhone merupakan produksi dari hasil kontrak eksklusif antara pihak apple dengan AT&T jika GSM, dan Verizon jika berbasis jaringan CDMA.

Faktor lain yang mempengaruhi ialah nilai tukar rupiah terhadap dolar AS yang fluktuatif juga menjadi penyebab utama tingginya harga iPhone di Indonesia. Sulit untuk menentukan harga jual iPhone di

¹⁶ <http://id.techinasia.com/pemerintah-berencana-berlakukan-pajak-impor-smartphone-sebesar-20-persen-berita-baik-atau-buruk> diakses pada Selasa 21 Maret 2017 pukul 10.01 WIB

¹⁷ <http://tekno.liputan6.com/read/2172008/kenapa-iphone-selalu-telat-masuk-dan-lebih-mahal-di-indonesia> diakses pada Selasa 21 Maret 2017 pukul 10.22 WIB

Indonesia karena nilai mata uang yang terus berubah.

Peraturan TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) yang diterapkan pemerintah Indonesia terhadap Apple Inc.

Perusahaan Multinasional asal Amerika Serikat yaitu Apple Inc terancam tidak bisa melakukan perdagangan produk smartphonenya yaitu iPhone di Indonesia dikarenakan peraturan yang diberikan oleh pemerintah Indonesia mengenai TKDN (Tingkat Kandungan Dalam Negeri) yang menyebabkan iPhone tidak bisa di produksi didalam negeri.

Kementrian Komunikasi dan Informatika tengah menyusun aturan TKDN untuk ponsel yang ada di Indonesia. Kemkominfo ingin membuat aturan minimal TKDN industry ponsel 30 persen. Perusahaan apple kini berhadapan langsung dengan Peraturan Menteri Perdagangan No. 82 TAHUN 2012 tentang ketentuan Impor Telepon Seluler. Dalam aturan ini, pelaku ponsel global seperti Apple wajib merakit ponsel di Indonesia setelah mengimpor ponselnya selama tiga tahun.¹⁸ Karena tenggat waktu pelaksanaan aturan ini segera berakhir tahun 2015, maka izin ponsel Apple terancam dicabut Kementrian Perdagangan.

Setelah peraturan TKDN diresmikan produk apple tetap bisa masuk ke Indonesia. Akan tetapi apple tidak membangun pusat riset atau pabrik perakitan, perusahaan apple dikatakan akan berinvestasi di industry peranti lunak (*software*) lokal.¹⁹ Apple akan membangun industri *software* untuk mobile apps. Dengan apple melakukan investasi dibidang industri software di Indonesia, apple bisa mengelola, memperbarui serta

memasang aplikasi miliknya secara local. Cara tersebut memiliki dua fungsi bagi Apple yaitu: pertama, membuat perusahaan mendapatkan nilai TKDN yang dibutuhkan agar bisa berjualan di Indonesia. Kedua, mengakibatkan apple bisa mengendalikan jumlah dan jenis software yang dipasang ke iPhone, sehingga terhindar dari *bloatware* (aplikasi pre-load yang tak banyak berguna dan hanya memakan kapasitas memori).

Saat ini Indonesia menjadi salah satu pasar besar bagi Apple, apple menduduki peringkat ke-15 dalam hal volume impor terbanyak ke Indonesia. Selain itu apple juga menduduki peringkat kelima dalam hal nilai impor ponsel terbesar menuju Indonesia.

Hubungan Amerika Serikat dengan Apple Inc

Amerika Serikat menjadi *home Country* (negara tuan rumah) dari beberapa MNC (Multinasional Corperation) yang besar di dunia. Amerika serikat yang menjadi negara asal dari perusahaan-perusahaan multinasional besar yang bergerak di bidang real, otomotif, peralatan elektronik ataupun dari sektor minyak. MNC mempunyai peranan besar bagi Amerika Serikat terutama dalam perekonomian Amerika Serikat.

Dukungan dari pemerintah Amerika Serikat terhadap Apple Inc dianggap untuk memperlihatkan Amerika Serikat sebagai negara Leader Ship dalam penjualan produk selulernya. Setelah sebelumnya berhasil menjadi perusahaan teknologi bernilai tinggi, kini Apple dinobatkan menjadi merek ternama di dunia di bawah Coca Cola. Penghargaan tersebut diberikan oleh interbrand yang baru saja meluncurkan daftar Best Global Brand tahun 2012.²⁰ Interbrand

¹⁸<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/06/17/124600026/apple.pertanyakan.aturan.wajib.kandung.an.lokal.di.indonesia> diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 08.30 WIB

¹⁹<http://tekno.kompas.com/read/2016/09/07/11441917/tidak.bikin.pabrik.apple.bisa.boyong.iphone.ke.indonesia>

nesia diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 10.40 WIB

²⁰ <http://www.beritateknologi.com/apple-meraih-penghargaan-sebagai-brand-paling-terkenal-dan-bernilai-tertinggi-kedua-di-dunia-setelah-coca-cola> diakses pada Selasa 17 Maret 2017 pukul 11.42 WIB

menengarai bahwa apple mengalami peningkatan nilai branding yang sangat signifikan yakni sebesar 129 persen dengan total sebesar \$76.6 miliar USD.

Hubungan antara MNC dengan pemerintahan negara asal dapat dikatakan dengan hubungan yang saling memberikan keuntungan satu sama lain didalam berbagai aspek. Perusahaan telah menjadi lokomotif perekonomian Amerika dalam banyak hal. Investasi yang dilakukan perusahaan-perusahaan tersebut memberi MNC power secara ekonomi dan politik, baik di negara asal maupun di negara penerima (host country). Perusahaan amerika ini dapat membuat keputusan yang memberikan dampak terhadap kesejahteraan *host country*.²¹ Kemampuan sebuah MNC dalam mempengaruhi *host country* tentu akan memberikan dampak positif bagi negara asal MNC tersebut.

Simpulan

Kepentingan ekonomi Apple Inc antara lain, Apple melakukan penjualan produknya ke Indonesia pada tahun 2011 hingga tahun 2015 yang mengalami peningkatan pada tiap tahunnya. Apple juga melakukan penguasaan pasar seluler di Indonesia. walaupun produk iPhone termasuk kedalam produk pangsa pangsa *High End* itu tidak menjadi penghalang bagi Apple untuk kehilangan konsumennya, banyaknya konsumen yang memakai iPhone karna mereka menyukai desain dan fitur yang disediakan iPhone. Kepentingan ekonomi yang terakhir ialah Apple melakukan investasi di Indonesia. Sebagai awal Investasi di Indonesia, Apple telah membuka toko konten multimedia digital iTunes Store pada 4 Desember 2012 yang dimana pengguna iTunes Store bisa membeli konten music dan video dengan mata uang Rupiah. Setelah membuka toko online Apple berencana akan

membuka dealer resminya di Indonesia. Besar kemungkinan Apple akan memperkuat dan memperluas jaringan distribusinya di Indonesia.

Kepentingan politik Apple inc ialah, pemerintah Indonesia memberlakukan peraturan Pajak Impor Smartphone yang dimana Departemen Perdagangan dan Perindustrian memberlakukan pajak penjualan barang mewah sebesar 20 persen untuk Smartphone impor. Pajak yang diusulkan akan diberlakukan baik untuk handphone dengan harga di atas Rp 5 juta maupun handphone impor dengan segala jenis harga. Selain itu, peraturan TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) yang diterapkan pemerintah Indonesia terhadap Appel Inc. Kementerian Komunikasi dan Informatika tengah menyusun aturan TKDN untuk ponsel yang ada di Indonesia. Kemkominfo ingin membuat aturan minimal TKDN industry ponsel 30 persen. Perusahaan apple kini berhadapan langsung dengan Peraturan Menteri Perdagangan No. 82 TAHUN 2012 tentang ketentuan Impor Telepon Seluler. Dalam aturan ini, pelaku ponsel global seperti Apple wajib merakit ponsel di Indonesia setelah mengimpor ponselnya selama tiga tahun.

Hubungan antara MNC dengan pemerintahan negara asal dapat dikatakan dengan hubungan yang saling memberikan keuntungan satu sama lain didalam berbagai aspek. Perusahaan telah menjadi lokomotif perekonomian Amerika dalam banyak hal. Investasi yang dilakukan perusahaan-perusahaan tersebut memberi MNC power secara ekonomi dan politik, baik di negara asal maupun di negara penerima (host country). Perusahaan amerika ini dapat membuat keputusan yang memberikan dampak terhadap kesejahteraan *host country*. Kemampuan sebuah MNC dalam

²¹ Rendy, 25 April 2014. Kekuatan MNC dalam Pengambilan kebijakan Negara, Studi Kasus Amerika Serikat. Diakses dari

http://rendy_gege_fisip13.web.unair.ac.id/ pada selasa 22 Maret 2017 pukul 12.11 WIB

mempengaruhi *host country* tentu akan memberikan dampak positif bagi negara asal MNC tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Aimon Hasdi, , *Prospek Perdagangan Luar Negeri Indonesia-Amerika Serikat dan Kurs*, Jurnal Kajian Ekonomi, Vol. 1, No. 02 Januari 2013
- Asri Melda, Oktober 2015, *Kepentingan Amerika Serikat dalam Mempertahankan Perdagangan Produk Apple Inc di Korea Selatan*, JOM FISIP Volume 2 No. 2
- Christiani Hapsari, *Tingkat Capaian Brand Awareness Apple Melalui Promotion Tools Pada Masyarakat Surabaya*. Translation Journal. Diakses dari <http://journal.unair.ac.id>
- Darman, *Perdagangan Luar Negeri Indonesia-Amerika Serikat*. Translation Journal. Diakses dari <http://journal.binus.ac.id>
- Heracleous, *Apple Inc Quantum Strategy*. 2013. Diakses dari http://www.heracleous.org/uploads/1/1/2/9/112998865/heracleous_apple_inc_quantum_strategy_org_dynamics.pdf&prev=search
- Marshall Digital Scholar, *The Innovate Success that is Apple Inc*. Diakses dari <http://mds.marshall.edu/cgi/viewcontent.cgi?artikel=1420&context=etd>
- Sisi pandang kegiatan investasi antara “negara maju” sebagai investor, dan “negara berkembang” sebagai host country. Diakses dari <http://budhijava.dosen.narotama.ac.id/files/2012/02/HKINVEST-2012-capter-III.pdf>
- Siregar. (2009). *Perdagangan Luar Negeri Indonesia-Amerika*. Kajian. Vol. 14 No. 3, September 2009, pp. 437-461. Diakses dari <http://www.dpr.go.id/kajian/Perdaga>

[ngan-Luar-Negeri-Indonesia-Amerika-2009.pdf](#)

Buku

- Anak Agung Banyu Perwita dan Yanyan Mochamad Yani, 2005. *Pengantar Ilmu Hubungan Internasional*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Charles W.L, Hill, Chow-Hou Wee, Krishna Udayasankar, *Bisnis Internasional*, 2014, hal 210
- Donald A. Ball, Wendell H. McCulloctto, Jr, Paul L Frantz, J. Michael Gerringer, Michael S.Minor. 2004. *Tantangan Persaingan Global Jakarta*: Salemba 4. Hal: 310
- Hamdani Hadi. 2001. *Ekonomi Internasional dan Globalisasi Ekonomi*. Bogor. Ghatia Indonesia.
- Harry Waluyo, *ekonomi Internasional*, (Jakarta:Penerbit Bhineka Cipta, 1995), hal.3.
- Kindleberger, CP. And Peter, HL., (1995) *Ekonomi Internasional*. Erlangga, Jakarta.
- Michael, E. Porter, 2001, *Startegi Bersaing*, Jakarta: Erlangga.
- Mohtar Mas' oed. *Ilmu Hubungan Internasional: Disiplin dan Metodologi*, edisi revisi (jakarta,LP3ES,1990) hlm. 185
- Sugiono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung : Alfabeta
- Teuku May Rudy, S.H,M.I.R,M.SC. *Ekonomi Politik Internasional: Peran Domestik Hingga Ancaman Globalisasi* (Bandung: Penerbit Nuansa 2007)
- ### Skripsi
- Ema Khairina Maulinda. “Strategi Nokia Corporation dalam pesaing *Research in Motion* (RiM) corporation Blackberry dalam pasar produk *Telephone Celluler Global* “ (Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Sosial dan

Artikel

- “Data dan fakta industri seluler”
terdapat dalam
<http://selular.id/kolom/2015/09/data-dan-fakta-industri-selular-kemegahan-vs-kerapuhan/> diakses pada tanggal 7 November 2016 pukul 18.50 WIB
- “Pengguna internet di Indonesia”
terdapat dalam www.kominfo.go.id diakses pada tanggal 23 November 2016 pukul 09.10 WIB
- “Perputaran pelanggan telepon seluler di Indonesia”
terdapat dalam
<http://bappeda.blorakab.go.id/> diakses pada tanggal 7 November 2016 pukul 19.24 WIB
- “Penjualan iPhone”
terdapat dalam www.makemac.com Diakses pada tanggal 24 November 2016 pukul 13.00 WIB
- “Laporan penjualan smartphone 2015”
terdapat dalam
www.id.technasia.com diakses pada tanggal 23 November 2016 pukul 10:18 WIB
- “Kejadian penting perkembangan smartphone”
terdapat dalam
<http://id.technasia.com/talk/kejadian-penting-perkembangan-smartphone> diakses pada tanggal 7 februari 2017 pukul 15.12 WIB
- “Impor Smartphone dan komputer”
terdapat dalam
[http://www.kemenperin.go.id/artikel/5408/Impor-handphone-dan-Komputer-US\\$-2](http://www.kemenperin.go.id/artikel/5408/Impor-handphone-dan-Komputer-US$-2) diakses pada 23 januari 2017 pukul 14.05 WIB
- “Strategi Bisnis Perusahaan Appel”.
Terdapat dalam <http://plaza-bisnis.com/apple-strategi-bisnis-perusahaan/> Diakses pada tanggal 26 September 2016 jam 20.05 WIB

- perusahaan/ Diakses pada tanggal 26 September 2016 jam 20.05 WIB
- “Apple Siap Patuhi Peraturan Pemerintah”.
terdapat dalam
<http://www.makemac.com/apple-siap-penuhi-peraturan-pemerintah-indonesia-soal-tkdn/> Diakses pada tanggal (26 September 2016 jam 21.45 WIB

Media Massa

- “Kerjasama Indonesia dan Amerika”
terdapat dalam
www.voaindonesia.com diakses pada tanggal 13 November 2016 pukul 13.30 WIB
- “Strategi Pemasaran iPhone”. Terdapat dalam
dalam
<http://m.detik.com/inet/read/2014/09/18/170607/2694451/317/di-indonesia-strategi-pemasaran-iphone-paling-beda> Diakses pada tanggal 26 September 2016 jam 20.55 WIB
- “Indonesia impor ponsel 29 triliun”
terdapat dalam
<http://tekno.kompas.com/read/2014/03/18/1758027/2013.indonesia.imporsms.29.triliun> diakses pada 23 januari 2017 pukul 14.40 WIB
- “Daftar smartphone 2015”
terdapat dalam
<https://id.technasia.com/daftar-smartphone-gadget-baru-2015-iphone> diakses pada 23 januari 15.05 WIB
- “RI impor 54 juta ponsel di 2014”
terdapat dalam
<https://finance.detik.com/industri/2945093/ri-impor-54-juta-ponsel-di-2014-ini-daftarnya> diakses pada 23 Januari 2017 pukul 13.20 WIB
- “Jumlah penjualan smartphone 2014”

- terdapat dalam
<http://id.techinasia.com/jumlah-penjualan-smartphone-2014-menurut-idc> diakses pada 27 Februari 2017 16.30 WIB
- “Penjualan smartphone 2015”*
 terdapat dalam
<http://id.techinasia.com/idc-penjualan-smartphone-2015> Diakses pada 27 Februari 2017 pukul 16.55 WIB
- “Wajah iPhone dari masa ke masa”*
 terdapat dalam
<http://tekno.kompas.com/read/2014/01/03/1024534/Berawal.2007.ini.wajah.iPhone.dari.Masa.ke.Masa> di akses pada tanggal 10 Maret 2017 pukul 14.13 WIB
- “Lika liku ekspansi apple di Indonesia”*
 terdapat dalam
<http://inet.detik.com/business/d-2593556/liku-liku-ekspansi-pt-apple-indonesia> diakses pada tanggal 10 maret 2017 pukul 15.10 WIB
- “Persentase smartpone yang terjual”*
 terdapat dalam
<http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20150822165908-185-73787/968-persen-smartphone-yang-terjual-adalah-android-dan-iphone> diakses pada 3 April 2017 pukul 12.36 WIB
- “Pengguna Android Beralih ke Iphone”.*
 Terdapat dalam
<http://m.cnnindonesia.com/teknologi/20151028150829-185-87939/14-juta-pengguna-android-beralih-ke-iphone> Diakses pada tanggal 26 September 2016 jam 20.00 WIB
- “Investasi apple di Indonesia”*
 terdapat dalam
<http://tekno.kompas.com/read/2013/01/22/18422843/berapa.nilai.investasi.apple.di.indonesia> diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 11.02 WIB
- “Investasi yang dilakukan apple di Indonesia”*
 terdapat dalam
[Bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/01/23/13100997/twitter.com](http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2013/01/23/13100997/twitter.com) diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 15.15 WIB
- “Pemerintah berencana berlakukan pakaja impor smartphone”*
 terdapat dalam
<http://id.techinasia.com/pemerintah-berencana-berlakukan-pajak-impor-smartphone-sebesar-20-persen-berita-baik-atau-buruk> diakses pada Selasa 21 Maret 2017 pukul 10.01 WIB
- “ iPhone selalu telat masuk dan harga lebih mahal di Indonesia”*
 terdapat dalam
<http://tekno.liputan6.com/read/2172008/kenapa-iphone-selalu-telat-masuk-dan-lebih-mahal-di-indonesia> diakses pada Selasa 21 Maret 2017 pukul 10.22 WIB
- “Peraturan wajib kandungan lokal Indonesia”*
 terdapat dalam
<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/06/17/124600026/apple.pertanyakan.aturan.wajib.kandungan.lokal.di.indonesia> diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 08.30 WIB
- “Tidak bikin pabrik apple tetap bisa boyong iPhone ke Indonesia”*
 terdapat dalam
<http://tekno.kompas.com/read/2016/09/07/11441917/tidak.bikin.pabrik.apple.bisa.boyong.iphone.ke.indonesia> diakses pada Selasa 14 Maret 2017 pukul 10.40 WIB
- “Penjualan iPhone”.*
 Terdapat dalam
<http://m.cnnindonesia.com/teknologi/20150202173310-185-29066/rekor-apple-tiap-jam-34-ribu-iphone->

- terjual/Diakses pada tanggal 26 September 2016 jam 21.00 WIB
“Pertama kali iPhone di luncurkan justru ditertawakan pesaing apple”
 terdapat dalam <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2015/05/26/399444/pertama-kali-diluncurkan-iphone-justru-ditertawakan-pesaing-apple> diakses pada tanggal 27 februari 2017 pukul 13.49 WIB
- “Penjualan smartphone tembus 1 miliar”*
 terdapat dalam <https://inet.detik.com/business/d-2849403/2014-penjualan-smartphone-tembus-1-miliar> diakses pada 10 april 2017 pukul 09.00 WIB
- Situs**
- “Sejarah negara”*
 terdapat dalam <http://www.sejarah-negara.com/sejarah-satelit-palapa-diluncurkan/> Diakses pada tanggal 7 November 2016 pukul 18.16 WIB
- “Perkembangan seluler”*
 terdapat dalam <http://www.usni.ac.id> Diakses pada tanggal 7 November 2016 pukul 18.39 WIB
- “Perspektif neorealis dan neoliberal”.*
 terdapat dalam <http://nur-inayati-fisip13.web.unair.ac.id> Diakses pada tanggal 14 November 2016 pukul 08.09 WIB
- “Teori keunggulan kompetitif”*
 terdapat dalam <http://putrinyaperwira-fisip09.web.unair.ac.id> Diakses pada tanggal 14 November 2016 pukul 08.44 WIB
- “About Apple”.* Terdapat dalam www.Apple.com Diakses pada tanggal 26 September 2016 jam 21.30 WIB
- “Perkembangan handphone”*
 terdapat dalam <http://eprints.uny.ac.id/8679/2/BAB%201%20-%2008413241011.pdf> Diakses pada tanggal 7 februari 2017 pukul 11.37 WIB
- “Sejarah Apple Inc”*
 terdapat dalam www.msn.com diakses pada tanggal 17 Januari 2017 pukul 19.34 WIB
- “Lima ponsel terbaik di pasar seluler Indonesia tahun 2011-2012”*
 terdapat dalam www.trenologi.com/post/idc-samsung-dan-apple-kuasai-pangsa-pasar-smartphone-2012 diakses pada 27 Februari 2017 pukul 16.00 WIB
- “Apple meraih penghargaan best brand”*
 terdapat dalam <http://www.beritateknologi.com/apple-meraih-penghargaan-sebagai-brand-paling-terkenal-dan-bernilai-tertinggi-kedua-di-dunia-setelah-coca-cola> diakses pada Selasa 17 Maret 2017 pukul 11.42 WIB
- “Kekuatan MNC dalam Pengambilan kebijakan Negara, Studi Kasus Amerika Serikat”*
 terdapat dalam http://rendy_gege_fisip13.web.unair.ac.id/ diakses pada Selasa 22 Maret 2017 pukul 12.11 WIB