

ABSTRACT

Internationalisation is one of the key strategies for retailers to reach wider markets and boost revenue growth. As an emerging market, Indonesia presents significant opportunities due to its large population and expanding retail industry. However, it also poses substantial challenges, making comprehensive analysis essential to minimise the risk of failure for foreign investors. This study analyses the internationalisation potential of OTTNO Co., Ltd., a Chinese discount retail company that is currently considering its first international expansion in Indonesia, using the OLI (Ownership, Location, Internalisation) Framework. It evaluates the company's competitive advantages, the attractiveness of the Indonesian market, and the most suitable entry mode that can be implemented. A qualitative case study research method was adopted, collecting insights through in-depth interviews with OTTNO Co., Ltd.'s management, regulators from the Indonesian government, and a retail industry expert.

The findings reveal that OTTNO Co., Ltd. possesses key ownership advantages that support internationalisation such as precise targeting and customer-centric strategy, a vertically integrated global supply chain, and digital-driven operational excellence and organisational agility. Indonesia offers location-specific benefits including strong diplomatic relations, a large consumer base and workforce, a rapidly expanding digital infrastructure, and a favourable investment climate. OTTNO Co., Ltd. also demonstrates internalisation advantages, enabling it to retain control and manage risks through a phased entry mode starting with wholly-owned subsidiary, followed by joint ventures and franchising. Overall, the study suggests that OTTNO Co., Ltd. has a promising potential for international expansion into Indonesia, as long as it undertakes thorough planning and strategic alignment.

Keywords: Retail, discount store, internationalisation, market entry, OTTNO Co., Ltd. China, OLI Framework, Indonesia, international business

ABSTRAK

Internasionalisasi merupakan salah satu strategi utama yang digunakan oleh pelaku ritel untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan pertumbuhan pendapatan. Sebagai pasar yang sedang berkembang, Indonesia memberikan peluang yang signifikan dengan jumlah penduduknya yang besar dan industri ritelnya yang terus berkembang. Namun demikian, pasar ini juga memiliki tantangan yang besar, sehingga analisis yang komprehensif menjadi sangat penting untuk meminimalisasi risiko kegagalan bagi investor asing. Penelitian ini menganalisis potensi internasionalisasi OTTNO Co., Ltd. di Indonesia, sebuah perusahaan ritel diskon Tiongkok yang saat ini sedang mempertimbangkan ekspansi internasional pertamanya, menggunakan Kerangka OLI (*Ownership, Location, Internalisation*). Penelitian ini mengevaluasi keunggulan kompetitif perusahaan, daya tarik pasar Indonesia, serta mode masuk pasar yang dapat diterapkan. Metode penelitian studi kasus kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan mengumpulkan informasi melalui wawancara mendalam dengan manajemen perusahaan OTTNO Co., Ltd., pembuat kebijakan dari pemerintah Indonesia, dan pakar industri ritel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa OTTNO Co., Ltd. memiliki keunggulan kepemilikan (*ownership advantages*) yang mendukung internasionalisasi, seperti penetapan target yang tepat dan strategi yang berorientasi pada konsumen, rantai pasok global yang terintegrasi secara vertikal, serta keunggulan operasional berbasis digital dan kelincahan organisasi. Indonesia menawarkan keunggulan lokasi (*location advantages*) yang mencakup hubungan diplomatik yang kuat, basis konsumen dan tenaga kerja yang besar, infrastruktur digital yang berkembang pesat, serta iklim investasi yang kondusif. OTTNO Co., Ltd. juga menunjukkan keunggulan internalisasi (*internalisation advantages*) yang memungkinkannya mempertahankan kontrol dan mengelola risiko melalui mode masuk pasar yang bertahap, dimulai dari mendirikan anak perusahaan, dilanjutkan dengan model usaha patungan dan waralaba. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa OTTNO Co., Ltd. memiliki potensi yang menjanjikan untuk melakukan ekspansi internasional ke Indonesia, selama perusahaan melakukan perencanaan yang matang dan penyesuaian strategi secara menyeluruh.

Kata kunci: Ritel, toko diskon, internasionalisasi, strategi masuk pasar, OTTNO Co., Ltd. Tiongkok, Kerangka OLI, Indonesia, bisnis internasional