

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS TESIS.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.6 Lingkup Penelitian .....	10
1.7 Sistematika Penelitian .....	11
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>13</b>
2.1 Bisnis Internasional .....	13
2.2 Motivasi Bisnis Internasional.....	14
2.3 Strategi Masuk Pasar Internasional .....	17
2.3.1 Ekspor.....	18
2.3.2 <i>Licensing &amp; Franchising</i> .....	19
2.3.3 <i>Strategic Alliance</i> .....	20
2.3.4 <i>Joint Venture</i> .....	20
2.3.5 <i>Foreign Direct Investment</i> .....	20

2.4 Model Uppsala .....	21
2.5 <i>The Born Global Theory</i> .....	23
2.6 <i>The Network Theory</i> .....	24
2.7 <i>OLI Dunning Paradigm</i> .....	26
2.8 Matriks FSA/LSA .....	28
2.9 Analisis <i>Porter Diamond Model</i> .....	32
2.9.1 Kondisi Faktor ( <i>Factor Condition</i> ).....	33
2.9.2 Kondisi Permintaan ( <i>Demand Condition</i> ).....	34
2.9.3 Industri Terkait dan Pendukung ( <i>Related &amp; Supporting Industries</i> ). 34	
2.9.4 Strategi Perusahaan, Struktur dan Persaingan ( <i>Firm Strategy, Structure &amp; Rivalry</i> ) .....	35
2.10 Faktor Determinan dalam Keputusan Masuk Pasar Internasional .....	35
2.11 Penelitian Terdahulu .....	37
2.12 Kerangka Penelitian .....	40
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Desain Penelitian.....	43
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	43
3.3 Metode Analisis Data .....	47
3.3.1 Analisis Perkembangan Panas Bumi Indonesia.....	48
3.3.2 Analisis Motivasi Ekspansi Bisnis .....	48
3.3.3 Analisis <i>Firm Specific Advantage &amp; Country Specific Advantage</i> ....	49
3.3.4 Analisis Strategi Masuk Pasar Internasional dengan Matriks FSA/CSA .....	53
3.3.5 Analisis Faktor Penentu Ekspansi Bisnis Internasional .....	54
3.4 Objek Penelitian .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>61</b>
4.1 Perkembangan Panas Bumi Indonesia .....	61
4.2 Motivasi Ekspansi Bisnis Internasional PT Pertamina Geothermal Energy Tbk (PGE) .....	64

4.3 Analisis <i>Firm Specific Advantage</i> (FSA) PT Pertamina Geothermal Energy Tbk (PGE) .....	66
4.4 Analisis <i>Country Spesific Advantage</i> (CSA) dari Beberapa Negara .....	88
4.5 Strategi Masuk Ekspansi Bisnis Internasional .....	97
4.6 Pembahasan Integratif: Daya Saing Perusahaan, Indikator Data Tarik Negara dan Mode Strategi Internasionalisasi PGE .....	99
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>103</b>
5.1 Simpulan.....	103
5.2 Saran.....	105
5.3 Keterbatasan Penulisan .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>110</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Energi Panas Bumi Dunia .....	4
Gambar 1.2 Kapasitas Terpasang Panas Bumi .....	5
Gambar 1.3 Distribusi Wilayah Kerja dan Proyek Panas Bumi PT Pertamina Geothermal Energi (Tbk) dan Pengembang Lain di Indonesia.....	6
Gambar 2.1 Pola Evolusi Internasionalisasi.....	22
Gambar 2.2 Konfigurasi relasi jaringan perusahaan dalam proses internasionalisasi. ....	25
Gambar 2.3 Proses Keputusan Internasionalisasi berdasarkan OLI Diagram .....	28
Gambar 2.4 Proses Keputusan Internasionalisasi berdasarkan OLI Diagram .....	31
Gambar 2.5 Kerangka Kuadran Matriks LSA/LSA.....	32
Gambar 2.6 <i>Porter's Single Diamond Framework</i> .....	33
Gambar 2.7 Cluster Faktor Penentu dalam Keputusan Internasionalisasi .....	37
Gambar 2.8 Kerangka Penelitian .....	42
Gambar 3.1 Kuadran Matriks FSA/CSA .....	54
Gambar 3.2 <i>Strategic House</i> PT Pertamina Geothermal Energy .....	56
Gambar 3.3 Pencapaian Produksi PGEO pada tahun 2024.....	57
Gambar 4.1 Penambahan Fungsi Baru Organisasi PGE .....	84
Gambar 4.2 Matriks FSA/CSA .....	97
Gambar 4.3 Peta Jalan Bisnis Internasionalisasi PGE .....	102

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Emisi Karbon dan Faktor Ketersediaan Beberapa Sumber Energi .....	3
Tabel 2.1 Tipe Motivasi Melakukan Internasionalisasi .....	16
Tabel 2.2 Entry Mode Berdasarkan Prioritas Masuk Pasar Internasional .....	36
Tabel 3.1 <i>Responden Wawancara dan Kuesioner</i> .....	45
Tabel 3.2 Objek Penelitian dan Sumber Data .....	47
Tabel 3.3 Kuesioner Motivasi Ekspansi Bisnis .....	48
Tabel 3.4 Kuesioner <i>Firm Specific Advantage (FSA)</i> .....	49
Tabel 3.5 Rangkuman Kuesioner <i>Country Specific Advantage (CSA)</i> .....	50
Tabel 3.6 Parameter <i>Country Specific Advantage (CSA)</i> .....	51
Tabel 3.7 Rangkuman Parameter <i>Country Specific Advantage (CSA)</i> .....	52
Tabel 3.8 Rangkuman Parameter <i>Country Specific Advantage (CSA)</i> .....	53
Tabel 3.9 Kuesioner Faktor Penentu Ekspansi Bisnis Internasional .....	54
Tabel 3.10 <i>Financial Highlight</i> PGEO dari Tahun 2020 hingga 2024.....	57
Tabel 4.1 Perkembangan Panas Bumi Di Indonesia .....	61
Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Motivasi Ekspansi Bisnis Internasional.....	64
Tabel 4.3 <i>Financial Performance tahun buku 2024</i> PT Pertamina Geothermal Energy Tbk (PGEO) dan perusahaan sejenis.....	73
Tabel 4.4 Perbandingan Produktivitas dan Efisiensi SDM PGEO dan Perusahaan Sejenis .....	83
Tabel 4.5 Hasil Pengolahan Kuesioner <i>Firm Specific Advantage (FSA)</i> . .....	87
Tabel 4.6 Hasil Pengolahan Kuesioner <i>Country Specific Advantage (CSA)</i> .....	89
Tabel 4.7 Hasil Pembobotan <i>Country Specific Advantage (CSA)</i> .....	90

Tabel 4.8 Hasil Pengolahan Kuesioner <i>Country Specific Advantage</i> (CSA) Berdasarkan Negara .....	92
Tabel 4.9 Hasil Analisis Kumulatif <i>Country Specific Advantage</i> (CSA) Berdasarkan Negara .....	96
Tabel 4.10 Nilai FSA dan CSA masing-masing negara.....	97
Tabel 4.12 Hasil Preferensi Manajemen Terhadap Prioritas Masuk Pasar Internasional.....	99
Tabel 4.13 Hasil Analisis Integrasi Pengolahan Data dari Informasi Kualitatif dan Kuantitatif .....	100