



INTISARI

Perkembangan bisnis saat ini telah mengarah ke sistem pasar global dengan mengarahkan setiap negara untuk masuk dalam persaingan pasar bebas yang dilakukan untuk memacu pertumbuhan ekonomi dimasing – masing negara dengan saling memberikan keuntungan bagi tiap anggotanya. Perusahaan nasional yang mencoba untuk menjadi perusahaan global berupaya untuk mendapatkan beberapa keuntungan dalam bisnisnya, seperti cakupan pasar baru, sumber daya manusia, efisiensi, serta keuntungan secara finansial. PT Molay Satrya Indoneisa merupakan salah satu perusahaan yang merencanakan strategi internasionalisasi bisnis untuk kegiatan produksinya, memilih diantara tiga negara sebagai lokasi produksi yaitu Cina, Vietnam, dan Thailand.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, melalui analisis *Attractiveness Score* dari Porter Diamond, analisis PEST, dan *Attractiveness Score* dari matrik FSA/LSA. Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara kepada CEO, Supervisio HRD dan Direktur Marketing PT Molay Satrya Indonesia, serta data sekunder yang diperoleh dari jurnal, berita online, dan tesis.

Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa Vietnam merupakan lokasi yang tepat untuk PT Molay Satrya Indonesia dalam rencananya untuk Strategi Internasionalisasi pada kegiatan produksinya, yang didapatkan dari total *Attractiveness Score* Porter Diamond yang paling tinggi yaitu sebesar 3,69 dibandingkan dengan dua negara lainnya yaitu Thailand sebesar 2,9 dan Cina sebesar 2,84. Pada metode masuk total *Attractiveness Score* matrik FSA/LSA, *Partnership* mendapat nilai yang paling tinggi yaitu 4,43 dan *Ownership* sebesar 3,89.

Kata Kunci: Strategi Internasionalisasi, *Attractiveness Score*, Porter Diamond, PEST, FSA/LSA.



ABSTRACT

Current business development has led to a global market system by directing each country to enter the free market competition that is carried out to encourage economic growth in each country by mutual benefit for each member. National companies that want to become global companies strive to get some benefits in their business, such as new market coverage, human resources, efficiency, and financial benefits. PT Molay Satrya Indonesia is one company that plans a business internationalization strategy for its production activities, choosing among the three countries as production locations namely China, Vietnam and Thailand.

This study uses a descriptive quantitative approach, through the analysis of Attractiveness Score from Porter Diamond, PEST analysis, and Attractiveness Score from the FSA / LSA matrix. The data used in this study consisted of primary data obtained through interviewees to the CEO, Supervisor HRD and Marketing Director of PT Molay Satrya Indonesia, as well as secondary data obtained from journals, online news, and theses.

The results of this study explain that Vietnam is the right location for PT Molay Satrya Indonesia in its plan for Internationalization Strategy in its production activities, which is obtained from the total Attractiveness Score Porter Diamond, the highest of which is 3.69 compared to the other two countries namely Thailand for 2.9 and China at 2.84. In the Attractiveness Score total FSA / LSA matrix entry method, Partnership received the highest score of 4.43 and Ownership of 3.89.

Keywords: International Strategy, *Attractiveness Score*, Porter Diamond, PEST, FSA/LSA