

## **ABSTRACT**

Multinational Corporation (MNC) has been one of the most important actors in international economy and politics. It used to be dominated by players from developed countries but in the past twenty years, we are starting to see more players coming from developing countries, including China. Ever since they opened their economic system and joined World Trade Organization (WTO), China has been pushing domestic firms to enter the international market and be significant players in it. One of Chinese successful firms is Lenovo. They successfully did their internationalization strategy by utilizing China's economic system that was starting to be liberalized and making linkage with incumbent MNCs. Lenovo also took advantage of government's policies in order to support their internationalization strategy. With those strategies, Lenovo has successfully changed their status from a latecomer firm into a multinational corporation.

This thesis will try to examine two factors related to the internationalization strategy of Lenovo. The first one is Lenovo's strategy of making linkage with incumbent MNCs and how they use it to leverage resources from them. The second one is Lenovo's strategy of utilizing government's policies to support their international expansion. These two factors are very important in their attempt to be a multinational corporation. The research method that is used in this thesis is qualitative method with literature study as the data collection method. At the end of this thesis, I conclude that Lenovo has successfully become a multinational corporation because they were able to benefit from government's help in their country while at the same time, achieve the opportunities at the international market.

**Keywords:** latecomer firm, multinational corporation, internationalization strategy, China.

Perusahaan multinasional (PMN) telah lama menjadi aktor penting dalam ekonomi dan politik internasional. Meskipun awalnya aktor ini didominasi oleh pemain-pemain dari negara maju, dalam dua puluh tahun terakhir ini mulai banyak perusahaan multinasional yang datang dari negara berkembang, salah satunya Cina. Sejak negara tersebut mulai membuka sistem ekonominya dan masuk ke dalam *World Trade Organization* (WTO), Cina terus mendorong perusahaan domestiknya untuk masuk ke pasar internasional. Salah satu contoh perusahaan Cina yang berhasil adalah Lenovo. Perusahaan ini berhasil menerapkan strategi internasionalisasinya dengan memanfaatkan sistem ekonomi Cina yang mulai terbuka dan menjalin kerja sama dengan berbagai PMN terdahulu. Lenovo juga memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk mendukung strategi internasionalisasinya tersebut. Dengan strategi-strategi tersebut, Lenovo berhasil merubah statusnya dari perusahaan *latecomer* menjadi perusahaan multinasional.

Skripsi ini akan membahas dua hal yang terkait strategi internasionalisasi Lenovo. Hal yang pertama adalah strategi Lenovo dalam menjalin hubungan dengan PMN terdahulu dan bagaimana mereka menyerap keuntungan dari hubungan tersebut. Hal kedua adalah upaya Lenovo dalam memanfaatkan kebijakan pemerintah untuk mendukung strategi internasionalisasinya. Kedua hal ini menjadi faktor penting dalam keberhasilan Lenovo untuk menjadi perusahaan multinasional. Metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah metode kualitatif dengan studi literatur sebagai metode pengumpulan data. Dari data-data yang telah dikumpulkan dan dianalisis, Penulis menyimpulkan bahwa keberhasilan Lenovo dalam menjadi perusahaan multinasional dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam menyeimbangkan bantuan pemerintah di dalam negeri dan kesempatan yang ada di luar negeri.

Kata kunci: *latecomer firm*, perusahaan multinasional, strategi internasionalisasi, Cina.