

INTISARI

Tesis ini bertujuan untuk menganalisis upaya PetroChina sebagai perusahaan *latecomer* dalam mengejar ketertinggalannya untuk menjadi perusahaan multinasional dan meningkatkan daya saing industri migas sehingga menjadi aktor penting dalam kompetisi perdagangan global. Penelitian ini berfokus pada strategi PetroChina untuk menjadi *emerging market multinational corporation* dan upaya yang dilakukan PetroChina dalam proses perluasan pasar. Terdapat tiga hal utama yang menjadi strategi penting bagi PetroChina, yaitu *linkage*, *learning* dan *leverage*. Proses *linkage* dapat berjalan apabila tiga poin yang menjadi basis strategi telah terpenuhi, yaitu: dukungan dan akses terhadap pemerintah, konektivitas dengan lembaga think tank dan hubungan dengan kluster industri. Transfer knowledge yang diperoleh PetroChina tidak hanya dari anak perusahaannya tapi juga dari perusahaan yang telah dahulu mapan dan juga dari keberagaman tim R&D menjadi tahapan strategi belajar bagi PetroChina. Pada proses *leverage*, penelitian ini lebih fokus menggunakan pendekatan perspektif eselon atas dan mendapatkan bahwa produk unggulan didapat dari keberadaan *top team management*. Strategi *springboard* melalui akuisisi, merger, aliansi dll merupakan upaya yang dapat dilakukan oleh PetroChina dalam proses ekspansi internasional atau perluasan pasar untuk menghadapi kompetisi perdagangan global.

Kata kunci: PetroChina, emerging market, multinational corporation, ekspansi internasional, kompetisi perdagangan global.

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the PetroChina's effort as a latecomer firm to catch up to become multinational companies and to improve the competitiveness of the oil and gas industry so that it becomes an important actor in global trade competition. This research focuses on strategies of PetroChina to become emerging market multinational corporations, and their efforts in the process of market expansion. There are three main points as an important strategy for PetroChina, namely: linkage, learning and leverage. Process of linkage can be run if the three points which became the basis of the strategy have been met, specifically: support and access to government, connection with think tanks/research institutions and access to industrial clusters. Second, learning process of PetroChina adopted from new knowledge that transferred from their subsidiaries and foreign subsidiaries and obtained from heterogeneous of R&D team. In the process of leverage, this research emphasizes the upper-echelons perspective and found that attendance of product champion obtained from top management team. Furthermore, springboard strategy through acquisitions, mergers, alliances, etc. are PetroChina's efforts in the process of international market expansion for facing global trade competition.

Keywords: PetroChina, emerging market, multinational corporations, international expansion, global trade competition.