

BAB IV

Kepentingan ekonomi dan pasar domestik dibalik upaya AS menghalangi bisnis Huawei

Kepentingan ekonomi adalah salah satu dari kepentingan nasional suatu negara, jika kepentingan ekonomi suatu negara telah tercapai maka negara tersebut cenderung mengalami kestabilan disegala bidang. AS adalah negara yang memiliki kemampuan dan kekuatan ekonomi yang sangat disegani oleh negara-negara lain. AS juga merupakan pasar besar bagi perusahaan baik domestik maupun internasional yang ingin menjalankan bisnis perusahaannya di AS. Karena pasar domestik AS merupakan pasar potensial dengan konsumen yang besar dan bisa memberi pendapatan nasional bagi negara.

Salah satu perusahaan telekomunikasi asal Cina yang kini menjadi perusahaan besar dan telah memasuki pasar AS yaitu Huawei. Huawei masuk dalam urutan kedua pembuat alat-alat telekomunikasi terbesar didunia berada dibelakang Ericsson, dan percepatan pertumbuhan Huawei telah diakui diseluruh dunia. Kini perusahaan Huawei, semakin gencar menawarkan produk-produk teknologi telekomunikasi yang inovatif, efisien, dan canggih yang bisa menyaingi perusahaan lain terutama perusahaan AS.

Dengan perkembangan yang dialami Huawei di AS, membuat pemerintah AS menaruh perhatian pada Huawei. Pemerintah AS melihat perkembangan Huawei dikancah pasar telekom global, termaksud pasar telekom domestik AS sebagai warning bahwa Huawei semakin besar dan bisa bersaing dengan perusahaan

internasional. Perkembangan Huawei menjadi ketakutan tersendiri bagi AS karena kepentingan ekonomi dan pasar domestik AS akan terganggu dengan kehadiran Huawei, selain itu, perkembangan Huawei akan menaikkan pamor dan citra Cina dikancah pergaulan internasional. Dengan demikian, pemerintah AS berusaha melakukan campur tangan terhadap Huawei. Beberapa faktor yang menyebabkan pemerintah AS melakukan campur tangan terhadap Huawei yaitu:

A. Ancaman penetrasi Huawei di AS

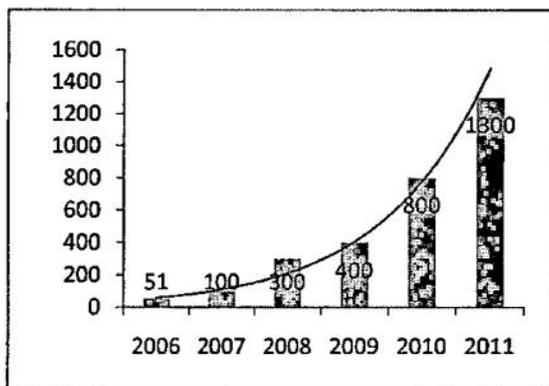
Huawei tidak hanya melakukan ekspansi pasar dinegara-negara berkembang, tetapi juga melakukan ekspansi dinegara maju, seperti Eropa dan AS. Khususnya AS, Huawei melihat AS sebagai pasar yang potensial yang akan memberikan keuntungan bagi Huawei. Walaupun pasar telekom AS masih dikuasai perusahaan lokal seperti Cisco, Huawei tidak menghentikan ambisinya untuk bisa masuk dalam pasar telekom AS.

Huawei memberikan layanan dan produk yang canggih untuk bisa menarik perhatian konsumen di AS. pada tahun 2001 Huawei menderikan kantor pusat Amerika Utaranya di Plano, Texas, untuk bisa melakukan inovasi produk dan memberikan layanan bagi konsumen di AS. Kini Huawei memiliki 14 kantor regional di AS, mencakup Atlanta, Chicago dan San Diego. Huawei juga mendirikan tujuh pusat R&D yang mengembangkan teknologi komunikasi next generation, seperti fasilitas penelitian dan pengembangan (R&D) di Santa Clara, California.

Huawei di AS mempekerjakan sekitar 1,700 pekerja professional dan memberikan dukungan pada staff disetiap fasilitas Huawei yang ada di AS, dan telah memberikan pertumbuhan Huawei sepuluh kali lipat di AS sejak 2006. Dan lebih dari 75% karyawan Huawei di AS adalah warga AS, dan menduduki jabatan, seperti pemimpin teknisi, manejer senior dan eksekutif.

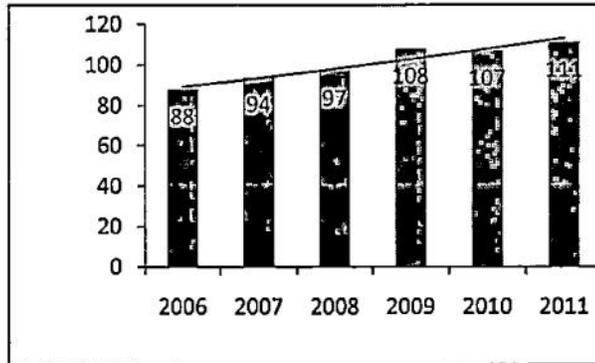
Begitupun juga dengan pendapatan Huawei di AS, setiap tahunnya mengalami kenaikan besaran jumlahnya dibandingkan dengan perusahaan domestik AS, seperti yang terlihat dibawah ini:

Tabel 4.1
Pendapatan Perusahaan
Pendapatan Huawei di AS (juta \$)



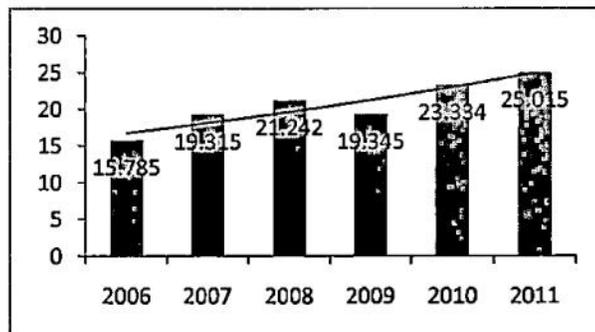
Sumber: Dan Steinbock, case for Huawei in America huawei.mediaroom.com

Pendapatan Verizon di AS (milyar \$)



Sumber: Verizon Annual Report, <http://www.verizon.com>

Pendapatan Cisco di AS (milyar \$)



Sumber: Cisco Annual Report, <http://www.cisco.com>

Dengan melihat tabel pendapatan diatas, antara tahun 2006 dan 2011, pendapatan Huawei di AS tumbuh 26 kali lipat, dari \$51 juta sampai lebih dari \$1.3 milyar.¹³⁰ Walaupun sebagai perusahaan baru, namun trend pertumbuhan pendapatan Huawei setiap tahunnya mengalami peningkatan yang sangat signifikan jika dibandingkan dengan pertumbuhan Verizon dan Cisco.

¹³⁰ Dan Steinbock, The Case for Huawei in America (PDF), 2012. pg.47, diakses pada 5 April 2014

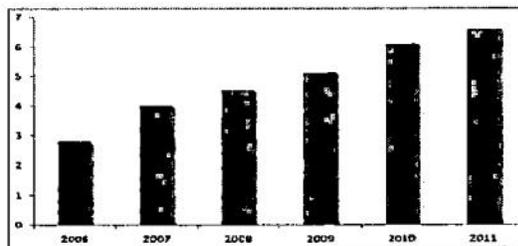
Sebagai perusahaan pemain lama, pendapatan Verizon dan Cisco jelas lebih banyak, karena telah mencapai milyaran dolar, berada pada posisi yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan Huawei. Pada tahun 2006, pendapatan Verizon sebesar \$88 milyar, dan pada tahun 2011, pendapatan Verizon hanya \$111 milyar. Bisa dilihat bahwa dalam kurung waktu 2006-2011, peningkatan pendapatan Verizon tidak terlalu signifikan. Begitupun juga yang terjadi pada Cisco yang mana pada tahun 2006 pendapatannya sebesar \$15.785 milyar. Walaupun mengalami peningkatan pada tahun 2008 yaitu memperoleh pendapatan sebesar \$21.242 milyar, akan tetapi Cisco mengalami penurunan pada tahun 2009, yaitu hanya memperoleh pendapatan sebesar \$19.345 milyar. Dan pada tahun 2011, Cisco hanya memperoleh pendapatan sebesar \$25.015 milyar, hal ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan Cisco juga tidak terlalu signifikan. Jadi bisa dilihat berdasar tabel pendapatan diatas, meskipun pendapatan Verizon dan Cisco lebih tinggi, namun trend pertumbuhan pendapatan kedua perusahaan ini setiap tahunnya masih rendah jika dibandingkan dengan Huawei. Bisa dikatakan bahwa kehadiran Huawei di AS memberi dampak bagi perusahaan lain atau kehadiran Huawei di AS telah mengambil beberapa keuntungan pendapatan dari Verizon dan Cisco, yang menyebabkan trend pertumbuhan pendapatan Verizon dan Cisco naik turun atau tidak signifikan setiap tahunnya.

Untuk bisa menjalankan bisnisnya di AS, Huawei harus melakukan kerjasama dengan perusahaan lokal yang ada. Kerjasama yang dilakukan akan membuat nama dan produk Huawei bisa dikenal oleh konsumen, baik oleh sesama perusahaan telekom maupun masyarakat. Misalnya, pada tahun 2006, Huawei telah membeli

peralatan sebesar \$30 milyar dan pada tahun 2011, Huawei juga melakukan pembelian peralatan senilai \$6.6 juta dari sejumlah perusahaan teknologi besar dan kecil AS, seperti ADI, Broadcom, Dell, Hewlett-Packard, IBM, Microsoft, Oracle, Qualcomm, Micron Technology dan Texas Instruments. Pembelian peralatan oleh Huawei dari supplier utama AS setiap tahunnya meningkat yang secara tidak langsung memberi sepuluh ribu lapangan pekerjaan di AS khususnya bagi 1700 pegawai Huawei yang berwarga Negara AS.¹³¹ Pembelian Huawei bisa dilihat dari table dibawah ini:

Tabel.4.2

Pembelian alat-alat dari supplier AS



Sumber: Dan Steinbock, Case for Huawei in America

Pelanggan Huawei sekarang yang ada di Amerika Utara yaitu Bell Canada, Cleartalk, Clearwire, Cox Communications, Hibernia, Leap Wireless, MetroPC, Sasktel, Suddenlink, TELUS, T-Mobile and XO Communications. Meskipun pemerintah AS memblokir Huawei untuk melakukan kontrak kerjasama dengan AT&T, Verizon dan Sprint, Huawei masih bisa melakukan penjualan pada perusahaan tingkat menengah, dari pembangunan infrastruktur inti sampai consumer device.

¹³¹ History of Huawei's U.S. Operations, <http://usahuawei.com/who-we-are/history-of-huaweis/> diakses pada 15 Maret 2014

Keinginan besar Huawei untuk masuk dalam pasar AS bisa dilihat dari perkataan Richard Yu, CEO bisnis konsumen Huawei, yang berbicara pada CNN bahwa Huawei akan tetap masuk dalam pasar AS. "Gradually, step by step, more and more people will trust Huawei," kata Yu. "I think with a brand, the most important thing is trust." Hal ini membuktikan bahwa Huawei akan berusaha bersaing dengan perusahaan domestik AS untuk mendapatkan market share yang ada. Pada musim panas 2011, Cisco melakukan PHK untuk menaikkan pendapatannya. Jika Huawei bisa masuk dalam pasar AS, industri lokal takut akan kehilangan margin mereka. "Jangan buat kesalahan; kami bukan kabar yang bagus bagi perusahaan lokal," kata John Rouse, kepala R&D Huawei di Amerika Utara.¹³² Hal ini membuktikan bahwa Huawei menjadi ancaman bagi perusahaan telekom lokal yang ada di AS.

Huawei mungkin belum mengalahkan perusahaan telekom AS, tetapi Huawei telah memulai meningkatkan momentum penjualan pada perusahaan telekom tingkat menengah, dari pusat infrastruktur ke konsumen device. Pada tahun 2010, Huawei memperoleh \$765 juta dalam penghasilannya di Amerika Utara, lebih banyak dari pendapatan total dari tahun 2009. salah satu konsumen yang penting adalah Leap (LEAP), sebuah pengembangan perusahaan dari Qualcomm (QCOM) yang memegang perusahaan Cricket sebagai operator wireless terbesar ketujuh di AS. Transaksi pertama Leap dengan Huawei terjadi pada tahun 2006, dengan membeli perlengkapan 3G Huawei, kemudian membeli base stations pada tahun 2007, dan modem pada tahun 2010. Pada tahun 2011, Leap menjual smartphone Android

¹³² Ibid .Dan Steinbock, "Case for Huawei in America"

Huawei Ascend. T-Mobile juga melakukan penawaran pada Huawei Ascend. Dan Best Buy (BBY) menjual tablet Android berukuran tujuh inci buatan Huawei, IDEOS S7, dimana dijual dengan harga dibawah \$300 yang ditargetkan pada konsumen yang tidak ingin menghabiskan uangnya untuk iPad.¹³³

Konsumen besar lainnya adalah Clearwire, sebuah perusahaan penyedia internet wireless, yang sebagian besar sahamnya dimiliki oleh Sprint. Clearwire melakukan partnership deal untuk mensuplai teknologi 4G untuk Sprint. Sebelumnya Huawei adalah penyedia teknologi WiMAX untuk Clearwire dan sekarang menjadi penyedia teknologi jaringan 4G untuk Clearwire. Selain itu, Robert Parsloe, seorang founder dan CEO dari Northeast Wireless Networks, yang menggunakan alat-alat Huawei untuk memberikan layanan cellular access yang lebih baik dan wireless broadband di wilayah Maine dan Oregon. Dia mengatakan bahwa teknologi SingleRAN box Huawei bisa mengoperasikan teknologi CDMA buatan Sprint dan GSM buatan AT&T- sepanjang jalur koneksi microwave internet dari Kanada. Kini Huawei akan fokus pada teknologi cloud computing dan enterprise space, yang akan berkompetisi dengan Oracle (ORCL), Avaya, Hewlett-Packard (HPQ), Cisco, and Amazon (AMZN).¹³⁴

Selain memberikan layanan pembangunan infrastruktur telekomunikasi, Huawei juga membuat smartphone dan telah menghabiskan milyaran dolar untuk

¹³³ What makes China telecom Huawei so scary?, 2011, Fortune Tech, <http://tech.fortune.cnn.com/2011/07/28/what-makes-china-telecom-huawei-so-scary/> diakses pada 5 Desember 2013

¹³⁴ Ibid.

memproduksi device atau alat-alat yang bisa bersaing mendapatkan market share dengan perusahaan telekomunikasi internasional lainnya. Huawei tidak membatasi ambisinya untuk masuk dalam pasar AS, dan ingin menggeser dominasi global Samsung dan Apple, walaupun hanya sebagian kecil dari market share yang diperoleh. Bagian kecil yang diperoleh dari market share smartphone hanya \$35 milyar dari penghasilan tahunan.¹³⁵ Selama kuartar 4 tahun 2012, Huawei mengapalkan 10.8 juta smartphones, melampaui perusahaan smartphone lainnya seperti Sony, Nokia dan ZTE. Huawei secara langsung berada dibelakang Apple yang menjual 47.8 juta unit dan Samsung yang menjual 63.7 juta unit. Keunggulan dari perusahaan smartphone Huawei yaitu membuat inovatif sendiri dengan mengeluarkan model water-resistant dan smartphone tertipis di dunia dengan display yang besar.

Huawei berkembang pesat di AS dengan keuntungan hingga US\$1,3 milyar pada tahun 2011, meningkat dari US\$760 juta pada 2010. Sebanyak US\$1,2 milyar dari keuntungan itu datang dari penjualan smartphone dan komputer tablet.¹³⁶

Huawei berada pada posisi ketiga, ZTE berada pada posisi keempat untuk pertama kalinya dalam kuartal4 tahun 2012, berkat kesuksesannya dipasar domestik Cina dan mempengaruhi penjualannya di AS, yang mana ZTE berada pada posisi keempat dan Huawei berada posisi kelima berkat produk mereka LTE smartphone

¹³⁵ *Smartphone Company Huawei Stays in US Market Share*, 2013, 2misi.com, <http://www.2misi.com/news/smartphone-company-huawei-stays-in-us-market-share#.UqADHNJdU2Y> diakses pada 5 Desember 2013

¹³⁶ *AS Tuduh Huawei dan ZTE Alat Mata-mata Cina*, 2012, VIVAnews, <http://dunia.news.viva.co.id/news/read/357663-as-tuduh-huawei-dan-zte-alat-mata-mata-Cina> diakses pada 28 September 2013

dengan biaya murah. Sebelumnya market share mereka menanjak di pasar AS, ZTE dan Huawei tetap saja memperoleh tidak lebih dari 5 persen dari market share yang mana masih didominasi Samsung dan Apple.¹³⁷

Sementara itu, kompetitor lain mempunyai alasan memaksa Huawei agar tidak terlibat dalam kontrak besar. Ketika operator-operator yang ada di AS memperkirakan bahwa 15% pengeluaran global berasal dari perusahaan telekom, mereka menilai bisa mencapai 25% keuntungan. Hal itu dikarenakan gross margin untuk peralatan telekom di AS dari 45% sampai 50%. Sebelum Huawei masuk di Eropa pada tahun 2004, margin Ericsson dan Alcatel-Lucent sangat tinggi seperti di AS. Akan tetapi mengalami penurunan 30% sampai 35% seketika Huawei masuk di Eropa dengan agresif, berdasar pada laporan dengan judul "Chinese Water Torture" oleh analis di Berenberg Bank, Hamburg. Bagi para perusahaan pembuat peralatan teknologi baru menganggap Huawei sebagai pesain besar, karena Huawei bisa melakukan penghematan signifikan untuk konsumen. Misalnya peralatan SingleRAN Huawei, yang bisa mengatasi berbagai tipe signal, 2G, 3G, WiMax, CDMA, GSM, dalam satu box, freeing a carrier from building separate networks.¹³⁸

Dari penjelasan yang dijabarkan diatas tentang penetrasi Huawei di AS, maka bisa diketahui bahwa Huawei bisa menjadi ancaman bagi AS dikarenakan Huawei bisa masuk pasar telekom AS yang membuat pendapatannya semakin

¹³⁷ *Huawei, ZTE and Lenovo Moved Into The Top 5 Global Smartphone Vendors In Q4, Says Canalys*, 2013, Tech Crunch, <http://techcrunch.com/2013/02/07/huawei-zte-and-lenovo-moved-into-the-top-5-global-smartphone-vendors-in-q4-says-canalys/> diakses pada 5 Desember 2013

¹³⁸ *What makes China telecom Huawei so scary?*, 2011, Fortune Tech, <http://tech.fortune.cnn.com/2011/07/28/what-makes-china-telecom-huawei-so-scary/> diakses pada 5 Desember 2013

meningkat. Banyak dari vendor domestik AS yang beralih pada Huawei, dan ini menjadi ancaman tersendiri bagi perusahaan telekom AS dan pemerintah maka sebagai penganut paham realis, pemerintah AS akan melakukan berbagai cara untuk menahan Huawei agar pasar telekom AS tetap dikuasai oleh vendor domestik, bukan dari luar, khususnya Cina.

B. Melindungi pasar AS dari persaingan tidak adil yang dipraktekan Huawei

Huawei telah menjadi perusahaan telekomunikasi raksasa yang menjalankan bisnisnya di 140 negara dan telah memperoleh pendapatan yang besar. Sebagian besar pendapatan Huawei berasal dari pasar internasional, sekitar 75 persen sedangkan pendapatan dari pasar Cina sekitar 25 persen. Sebagai perusahaan pribadi, Huawei mengalami perkembangan yang cukup pesat dan setiap tahunnya terus mengalami peningkatan, ketika perusahaan lain harus bersusah payah bangkit dari krisis global, Huawei tetap saja tumbuh pesat. Walaupun mengalami kesuksesan secara global, Huawei mendapat rintangan di AS, karena pemerintah AS melihat Huawei bukanlah perusahaan pribadi melainkan perusahaan milik negara (SOE) yang mendapatkan bantuan besar oleh pemerintah.

Secara historis, pada masa reformasi Cina, perusahaan Cina masih menjadi pemain yang dimarginalkan dalam bersaing untuk mendapatkan keuntungan dalam pasar peralatan telekom di Cina. Pada saat itu yang terjadi adalah pemerintah Cina tidak memiliki kebijakan istimewa pada perusahaan Cina tetapi sebaliknya pada perusahaan asing. Jadi secara tidak langsung pemerintah Cina menempatkan

perusahaan dalam negeri seperti Huawei berada dalam posisi yang tidak menguntungkan. Ren mengatakan, "Huawei tidak memiliki modal, teknologi, maupun identitas." Huawei bukanlah perusahaan milik Negara (SOE), yang memungkinkan akan bergantung pada bantuan pemerintah Cina.¹³⁹ Pada waktu yang sama pula, Huawei mulai mendapat perlakuan yang istimewa dari bank-bank Cina. Meskipun akan mendapatkan banyak bantuan dari bank-bank Cina, hal itu lebih baik dari pada meminjam dari perusahaan besar dengan interest rate yang tinggi yaitu 20%-30%.¹⁴⁰

Pada tahun 1998, kantor pusat China Construction Bank yang ada di Beijing menyediakan Huawei RMB 3.9 milyar dalam bentuk buyer credit, mewakili 45 persen kredit bank yang diperluas pada tahun itu. Tahun selanjutnya, Huawei menerima RMB 3.5 milyar dari Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) dan Bank of China, bersama ICBC meminjamkan dana tambahan sebesar 200 juta untuk program R&D.¹⁴¹ pada awal tahun 2004, Huawei menerima \$10 juta lima tahun fasilitas kredit untuk ekspansi internasional dari China Development Bank dan \$600 juta dari Export-Import Bank of China.¹⁴² Hal ini kemudian mencapai \$30 milyar,

¹³⁹ Cheng Dongsheng and Liu Lili. *Huawei zhenxiang* (The truth about Huawei). Beijing: Dangdai Zhongguo chubanshe, 2003, p. 25.

¹⁴⁰ Peilei Fan, "Catching up through Developing Innovation Capability: Evidence from China's Telecom-Equipment Industry," *Technovation*, No. 26 (2006): 363, diakses pada 22 Februari 2014

¹⁴¹ Bruce Gilley, "Huawei's Fixed Line to Beijing," *Far Eastern Economic Review*, December 28, 2000, 96 diakses pada 22 Februari 2014

¹⁴² Nathaniel Ahrens, China's Competitiveness, case study: Huawei (PDF), CSIS, 2013 diakses pada 26 November 2013

dan kemungkinan lebih. Sinasure, perusahaan asuransi pemerintah, juga membantu penjualan melalui pembiayaan kredit ekspor.¹⁴³

Huawei juga menerima dana yang cukup besar untuk program R&D dari pemerintah. Pada tahun 1996, wakil perdana menteri Wu Bangguo mengunjungi Huawei dan menjanjikan pinjaman RMB 50 juta untuk pengembangan teknologi GSM mobile phone. Wu menegaskan “zaman ini merupakan monopoli perusahaan asing. Saya menyarankan Huawei membuat terobosan baru dalam bidang mobile.”¹⁴⁴ Pada tahun 2010 Huawei mengumumkan keuangannya sebesar RMB 433 juta (sekitar \$66 juta) dari pinjaman pemerintah tanpa syarat untuk program R&D, dan tambahan RMB 545 juta (sekitar \$84 juta) dari pinjaman bersyarat pemerintah untuk program R&D.

Kemunculan Huawei diantara perusahaan multinasional Cina lainnya, terjadi dengan cepat, bahkan beberapa pengamat industri mencurigai “kebijakan harga murah dan bantuan pemerintah dalam hal ekspor” adalah kunci percepatan ekspansi perusahaan.¹⁴⁵ Tuduhan pada Huawei yang mendapat bantuan dari pemerintah Cina muncul pertama kali pada tahun 2010, yaitu pada saat zona Euro dilanda krisis yang melibatkan satuan pekerja dan Option SA, salah satu perusahaan Belgia (WWAN),

¹⁴³ Brian Low, “Huawei Technologies Corporation: From Local Dominance to Global Challenge?” *Journal of Business and Industrial Marketing* 22, no. 2 (2007): 138-44, 140. diakses pada 12 Januari 2014

¹⁴⁴ Ibid. Bruce Gilley, “Huawei’s Fixed Line to Beijing,”

¹⁴⁵ The Huawei Way, *Newsweek*, 2006, <http://www.newsweek.com/huawei-way>, diakses pada 17 Mei 2014

yang mengeluhkan bahwa pemerintah Cina membantu Huawei dan ZTE bersaing dengan keuntungan harga yang tidak adil.¹⁴⁶

Dalam laporan *Competitive Report 2010*, Export-Import Bank AS memperingati bahwa “the Chinese export team memiliki \$40-50 milyar dalam setahun, lebih besar jika dibandingkan dengan impor OECD/G-7 di pasar Negara ketiga.¹⁴⁷ Ketika AS dan Uni Eropa akan mengambil tindakan unilateral sebagai tindakan melawan Huawei, pemerintah Cina bersiap-siap melakukan kampanye yang sama.¹⁴⁸ Ketua Bank Export-Import AS, Fred Hochberg, menegaskan bahwa “tidak ada dari Negara G-7 menyediakan bantuan finansial seperti yang dilakukan oleh China Development Bank.”¹⁴⁹

Dengan bantuan finansial dalam jumlah besar yang diberikan pemerintah Cina pada Huawei, membuat Huawei bisa bertahan dari perusahaan lain, baik bersaing dengan perusahaan Cina maupun perusahaan dari Barat. Namun bantuan yang diberikan pemerintah Cina pada Huawei telah melanggar aturan WTO dan perdagangan bebas. Seperti yang bisa dilihat pada tahun 2010, Huawei menerima bantuan sebesar \$90 juta untuk program R&D.¹⁵⁰ Bantuan dana R&D dan kredit line Huawei, menjelaskan adanya bantuan yang tidak adil dan khususnya telah melanggar

¹⁴⁶ Europe Raises Cry Over China Tech Exports,” *Wall Street Journal*, 2010, <http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424052748704847104575532131550917748> diakses pada 3 Mei 2014

¹⁴⁷ Export-Import Bank of the United States, *2010 Competitive Report* (Washington, DC: Author, 2010), 113, diakses pada 3 Mei 2014

¹⁴⁸ Claude Barfield, *Telecoms and the Huawei Conundrum*, pp. 21-22. diakses pada 17 Mei 2014

¹⁴⁹ Hochberg, “How the US Can Lead the World in Exports: Retooling Our Export Finance Strategy for the 21st Century.” diakses pada 17 Maret 2014

¹⁵⁰ Ibid. Claude Barfield, “*Telecoms and the Huawei Conundrum*” pg. 9.

kewajiban pemerintah Cina untuk taat pada WTO. Semestinya semua negara yang masuk dalam anggota WTO harus mematuhi aturan yang ada termasuk larangan memberikan bantuan atau subsidi pada industri dalam negeri.

Dengan demikian Huawei telah melakukan persaingan yang tidak adil dengan perusahaan lain, karena sumber keuangan Huawei bukan dari para pemegang saham perusahaan melainkan dari pemerintah Cina. Hal ini sangat tidak adil bagi perusahaan lain yang berbisnis dibidang yang sama, terutama perusahaan AS. Untuk menjaga persaingan yang adil dalam pasar domestik AS, maka secara tegas pemerintah AS melakukan tindakan yang memungkinkan agar Huawei tidak bisa mendapatkan kontrak apapun dengan perusahaan AS. Karena Dengan dana bantuan yang diperoleh dari pemerintah Cina, Huawei bisa membuat produk yang dijual dengan harga murah dan hal ini menarik perhatian konsumen di AS. Jika dibiarkan, maka pasar domestik AS akan dikuasai oleh Huawei, dan perusahaan AS akan mengalami kerugian karena kalah bersaing harga, dan sekaligus memberikan kerugian bagi negara. Jadi pemerintah AS akan melakukan berbagai usaha agar bisa melindungi industri domestik dari persaingan tidak adil yang dipraktikkan oleh Huawei.

Keberadaan Huawei di AS membuktikan bahwa Huawei adalah pesaing utama yang memberi sinyal persaingan pada perusahaan domestik. Salah satu perusahaan yang merasakan dampak kehadiran Huawei di AS yaitu Cisco, yang mana pada summer tahun 2011, Cisco melakukan PHK untuk menaikkan pendapatannya, hal ini dikarenakan oleh Huawei yang berhasil merebut pasar Cisco. Jika Huawei bisa masuk dalam pasar AS, industri lokal takut akan kehilangan margin mereka. "Jangan

buat kesalahan, kami bukan kabar yang bagus bagi perusahaan lokal,” kata John Roese, kepala R&D Huawei di Amerika Utara.¹⁵¹

Dengan melihat data yang dijelaskan diatas, maka tidak heran jika pemerintah AS menginginkan perusahaan domestik yang tetap menguasai pasar AS, dan penghasilan dibidang telekomunikasi bisa meningkatkan pendapatan nasional negara AS bukan negara lain. Serta pemerintah AS berupaya untuk tetap mengandalkan produk-produk buatan perusahaan lokal agar tetap menjaga eksistensi perusahaan domestik. Selain itu, pemerintah AS juga menginginkan perusahaan telekomunikasi AS tidak hanya menjadi penguasa pasar domestik, namun juga terkenal dinegara lain dengan partnership yang dilakukan dengan perusahaan internasional.

Bentuk ketegasan pemerintah AS terhadap Huawei tecantum dalam laporan investigasi komite inteligen menyatakan bahwa Huawei tidak menyediakan informasi yang jelas dan lengkap mengenai struktur organisasi perusahaan dan proses pembuatan keputusan. Huawei tidak bisa menjelaskan hubungannya dengan pemerintah Cina dan pernyataan tegasnya menyangkal bantuan dari pemerintah Cina. Huawei tidak bisa menjelaskan hubungannya dengan militer Cina. Huawei tidak bisa menyediakan informasi jelas tentang operasi, keuangan, dan menejemennya di AS. Huawei melakukan pencurian hak kekayaan intelektual, serta menolak memberikan

¹⁵¹ Ibid. Dan Steinbock, “Case for Huawei in America” pg 41.

informasi detail tentang program R&Dnya.¹⁵² Dengan kata lain perusahaan Huawei tidak transparan dalam menjalankan bisnisnya di AS.

¹⁵² Huawei-ZTE Investigate Report (PDF), Investigative Report on the U.S. National Security Issues Posed by Chinese Telecommunications Companies Huawei and ZTE, U.S. House of Representatives 112th Congress October 8, 2012 dikases 28 Desember 2013