

ABSTRAK

Tulisan ini berisikan analisis kegagalan *Multinational Corporation* (MNCs) di suatu negara, melalui kasus kegagalan Uber di Tiongkok. Uber merupakan sebuah *pioneer* bagi bisnis dengan konsep *sharing market*. Yang selanjutnya memunculkan “Uberisasi” yang ditandai dengan kemunculan beberapa *ridesharing company* di Amerika Serikat, seperti seperti Lyft dan SideCar. Tidak hanya di Amerika Serikat, perusahaan *ridesharing* juga mulai bertumbuh di Asia, seperti Didi Chuxing (Tiongkok), Grab (Singapura) yang sekarang sudah memasuki pasar Amerika Serikat, Ola (India), dan Go-Jek (Indonesia). Namun, hingga saat ini belum ada yang bisa menandingi Uber dalam perluasan pasar, yang sekarang telah tersebar di 538 kota di seluruh belahan dunia. Hanya dua tahun berada di Tiongkok, Uber mengalami kerugian yang berujung pada akuisisi oleh Didi dengan perbandingan kepemilikan saham 1:5. Penelitian ini dijelaskan melalui kerangka pemikiran *Culture, Administrative, Geographic*, dan *Economic* (CAGE) dan menemukan fakta bahwa Uber tidak dapat beradaptasi pada dimensi administratif yang ada di Tiongkok.

Kata Kunci: Kegagalan, Internasionalisasi, *Ridesharing*, Uber, Didi Chuxing, Tiongkok.