

Analisis kinerja industri kecil dan menengah dalam pemasaran global ditinjau dari orientasi dan strategi :Studi kasus : industri kerajinan, peserta pameran produksi Indonesia 2003

M. Yunus, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=110474&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini menunjukkan bagaimana hubungan antara orientasi entrepreneurial internasional, strategi internasional dan kinerja internasional pada industri kecil dan menengah. Industri kecil dan menengah yang diteliti adalah industri yang bergerak di bidang kerajinan dan telah melakukan pemasaran internasional selama minimal 2 tahun.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba menganalisis bahwa dengan penerapan orientasi entrepreneurial internasional dan strategi internasional yang baik dapat meningkatkan kinerja internasional industri kecil dan menengah tersebut. Orientasi entrepreneurial internasional dalam penelitian ini terdiri dari empat dimensi yaitu (1) orientasi riset pasar dan konsumen, (2) orientasi pemasaran, (3) orientasi manajemen dan (4) orientasi respon terhadap pasar. Sedangkan strategi internasional dijelaskan oleh tiga aktivitas kunci perusahaan yaitu (1) kompetensi strategik, (2) akuisisi teknologi dan (3) persiapan internasionalisasi.

Sampel penelitian adalah industri kecil dan menengah terinternasionalisasi dalam bidang kerajinan yang mengikuti Pameran Produksi Indonesia (PPI) mulai tanggal 20 sampai 29 Mei 2003 di Pekan Raya Jakarta dan berasal dari berbagai kota di seluruh Indonesia dengan jumlah 31 responden. Para responden yang berpartisipasi aktif dalam penelitian ini menjabat sebagai pemilik atau manajer di industri kecil dan menengah yang diteliti.

Hubungan antara orientasi entrepreneurial internasional, strategi internasional dan kinerja internasional pada industri kecil dan menengah ini dianalisis dengan menggunakan analisis faktor dan analisis regresi dengan bantuan software SPSS 10.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa :

1. Orientasi entrepreneurial internasional pada industri kecil dan menengah yang diteliti dalam penelitian ini yang terdiri dari orientasi riset pasar dan konsumen, orientasi pemasaran, orientasi manajemen dan orientasi respon terhadap pasar tidak signifikan membentuk strategi internasional yang dijelaskan oleh tiga aktivitas kunci perusahaan yaitu kompetensi strategik, akuisisi teknologi dan persiapan internasionalisasi.
2. Proses pengembangan kompetensi strategik perusahaan, persiapan memasuki pasar internasional dan penyerapan teknologi baru dalam industri kecil dan menengah yang diteliti masih berjalan sendiri-sendiri dan tidak sinergi.
3. Proses akuisisi teknologi pada industri kecil dan menengah yang bergerak di bidang kerajinan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja internasional. Sedangkan kompetensi strategik dan persiapan internasionalisasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja internasional.

Hasil penelitian yang dihasilkan oleh Knight (2001) berkebalikan dengan hasil penelitian yang dilakukan peneliti yang menunjukkan bahwa proses akuisisi teknologi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja internasional sedangkan kompetensi strategik dan persiapan internasionalisasi tidak berpengaruh secara signifikan. Begitu pula hubungan antara Orientasi entrepreneurial internasional dan strategi internasional tidak signifikan.