

Persepsi Eksportir terhadap hambatan-hambatan internal dan eksternal dalam kegiatan ekspor

Antasena Naga Perkasa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20451458&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Perubahan di dunia telah mendorong maraknya perekonomian global dan ketatnya persaingan di pasar global. Perusahaan harus secara selektif menentukan negara tujuan pemasarannya dan cara memasuki pasar internasional sesuai dengan kondisi perusahaan sendiri. Salah satu alternatif untuk memasuki pasar global adalah dengan melakukan ekspor sebagai alternatif entry yang sederhana dengan resiko yang relatif kecil.

Di dalam pelaksanaan ekspor akan banyak ditemui hal-hal yang dapat menghambat kegiatan ekspor perusahaan. Hambatan-hambatan tersebut dapat dibagi menjadi 2 kategori, yaitu hambatan internal (hambatan finansial, manajemen, market riset dan distribusi) dan hambatan eksternal (hambatan bahasa dan budaya, pemerintah, prosedur ekspor, kompetisi, perbedaan spesifikasi produk, fluktuasi nilai tukar Rupiah Dollar AS dan hambatan promosi).

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap perusahaan perusahaan yang berorientasi ekspor terhadap hambatan-hambatan yang akan dihadapi sehingga dapat dipersiapkan strategi yang tepat dan akurat untuk kesuksesan ekspor perusahaan.

Bentuk penelitian yang digunakan adalah riset deskriptif. Sumber data adalah data primer yang diperoleh dan survei dengan wawancara langsung dan data sekunder dan literature. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan metode quota Sampling terhadap 34 perusahaan dengan 3 bidang usaha yaitu perusahaan garmen, sepatu dan farmasi.

Hal yang utama dalam kuesioner adalah pertanyaan-pertanyaan mengenai hambatan-hambatan ekspor dengan menggunakan pengukuran skala 1 sampai dengan 5, dimana 1 berarti sangat tidak menghambat dan skala 5 berarti sangat menghambat kegiatan ekspor perusahaan.

Analisa yang digunakan dengan menggunakan tabulasi frekuensi, mean dan top two boxes (jumlah responden yang menjawab ?menghambat dan ?sangat menghambat?) dan juga tabulasi silang. Kemudian dilakukan uji one-way anova dan analisa faktor.

Dari hasil analisa data dapat diambil kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

Hambatan yang paling dirasakan menjadi kendala utama ekspor perusahaan adalah faktor fluktuasi nilai tukar Rupiah terhadap Dollar Amerika dengan mean 3.81 yang diikuti faktor prosedur ekspor yang rumit (mean 3.57) dan kurangnya kapabilitas sumber daya manajemen (mean 3.42). Dilihat dan analisa top two boxes maka juga diperoleh faktor fluktuasi nilai tukar sebagai faktor yang paling menghambat yang dijawab oleh 64.52% responden. Diikuti faktor prosedur ekspor yang rumit (50% responden) dan hambatan persaingan yang ketat (45.16% responden).

Analisa tabulasi silang antara perusahaan sukses ? kurang sukses dengan faktor hambatan ekspor. Diperoleh bahwa perusahaan sukses memiliki mean sebesar 2.79 dan perusahaan kurang sukses mempunyai mean 3.31. Dengan demikian hambatan-hambatan ekspor lebih dirasakan oleh perusahaan yang kurang sukses. Setelah dilakukan uji one-way anova terdapat perbedaan yang signifikan untuk hambatan market riset, distribusi, bahasa dan budaya serta hambatan regulasi promosi, sementara pada hambatan-hambatan

Hambatan-hambatan ekspor tersebut dapat dibagi menjadi 4 faktor utama, yaitu hambatan modal dan peraturan pemerintah, hambatan karakteristik manajemen perusahaan. faktor distribusi dan kelompok faktor perbedaan spesifikasi produk, kompetisi serta bahasa dan budaya

Dalam 3 tahun terakhir ini, ada sebanyak 46.67% responden yang menyatakan bahwa hambatan ekspor yang dialami relatif sama dan 14 responden (46.67%) optimis bahwa 51%-75% jenis hambatan yang ada dapat diatasi dengan baik di masa mendatang.

Sebagai saran dari penelitian ini dapat dianjurkan, pertama, menitikberatkan pada hal-hal yang dipengaruhi oleh fluktuasi nilai tukar Rupiah-Dollar AS, antara lain apabila memungkinkan perusahaan dapat menggunakan kandungan lokal pada produk untuk mengantisipasi peningkatan biaya dan penentuan harga jual yang tepat agar tidak selalu berubah-ubah dipengaruhi fluktuasi kurs dan tetap memberikan profit bagi perusahaan. Kedua, mempersiapkan sumber daya manajemen sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan serta memiliki pengetahuan yang lengkap mengenai prosedur ekspor ke negara tujuan termasuk apabila ada persyaratan khusus dan keadaan persaingan disana sehingga perusahaan dapat memposisikan produknya dengan tepat. Ketiga, perusahaan harus selalu mencari informasi-informasi baik melalui Internet, jurnal maupun informasi dari Badan Ekspor Internasional untuk selalu mengetahui trend perdagangan dunia dan dapat menetapkan strategi yang tepat dalam menangkap peluang pasar yang ada.