

Persepsi manajemen terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan ekspor perusahaan Indonesia

Christ Hermawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20440209&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Era globalisasi dunia dengan banyaknya peluang ekonomi yang tersedia akan mendorong perusahaan-perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar global dengan tujuan untuk memanfaatkan peluang pasar tersebut. Ekspor sebagai salah satu mode of entry merupakan cara yang banyak dilakukan perusahaan-perusahaan, terutama dalam tahap awal dan proses internasionalisasi karena mempunyai resiko yang lebih kecil daripada mode of entry lainnya.

Parameter keberhasilan ekspor seperti pertumbuhan ekspor, intensitas ekspor ternyata dapat diidentifikasi oleh karakteristik-karakteristik tertentu yang saling berkontribusi dalam menentukan ukuran kesuksesan dari perusahaan-perusahaan tersebut, antara lain yaitu karakteristik perusahaan (ukuran/besarnya perusahaan, pengalaman ekspor, keunggulan komparatif), ekspektasi manajerial dan ekspor (persepsi tingkat keuntungan, resiko, biaya), karakteristik manajemen (umur, pendidikan, pengetahuan serta komunikasi dalam bahasa asing) dan riset mengenai pasar internasional.

Dalam ruang lingkup pemasaran global yang dihadapi oleh perusahaan-perusahaan dalam melakukan aktivitas ekspor, maka keberhasilan ekspor yang dilakukan oleh perusahaan ternyata juga ditentukan oleh variabel-variabel yang saling berkorelasi dari segi manajemen yaitu ekspektasi manajerial serta karakteristik manajemen dan perusahaan-perusahaan yang berorientasi ekspor yang terbukti dapat bertahan dalam periode krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap perusahaan-perusahaan yang berorientasi ekspor mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan ekspor yang dipersepsikan dari faktor-faktor internal manajemen sehingga dapat dipersepsikan strategi yang tepat dan akurat untuk mencapai keberhasilan ekspor. Sedangkan mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan ekspor tersebut, yang berkaitan dengan karakteristik maupun ekspektasi manajemen tersebut diperoleh dari riset akademis sehubungan dengan pengembangan teori dan praktek manajemen ekspor.

Bentuk penelitian yang digunakan adalah jenis deskriptif. Sumber data adalah data primer yang diperoleh dari survei dengan wawancara langsung dan data sekunder diperoleh dari literatur-literatur. Survei dilakukan dengan menggunakan kuesioner

dengan metode stratified sampling dengan total response rate sejumlah 34 perusahaan dengan 3 bidang usaha yaitu perusahaan garmen, sepatu dan farmasi.

Hal yang utama dalam kuesioner adalah pertanyaan-pertanyaan mengenai faktor faktor penentu keberhasilan ekspor dengan menggunakan skala pengukuran dan I sampai dengan 5, dimana skala 1 berarti sangat tidak berpengaruh dan skala 5 berarti sangat berpengaruh terhadap kesuksesan eksportir.

Analisa yang digunakan adalah dengan menggunakan tabulasi frekwensi, mean dan top two boxes (jumlah responden yang menjawab ?berpengaruh? dan ?sangat berpengaruh?) dan juga tabulasi silang, kemudian akan diadakan uji One-Way Anova.

Dari hasil analisa data, dapat diperoleh kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

Faktor yang paling dirasakan/dipersepsikan sangat berpengaruh terhadap kesuksesan daripada aktivitas ekspor adalah faktor Pemahaman dan Kefasihan Manajemen Berbahasa Asing dan faktor Keahlian Manajernen Di Bidang Marketing, dimana kedua faktor diatas mempunyai nilai mean yang sama yaitu 3.84, yang diikuti oleh faktor Keahlian Manajemen Di Bidang Perencanaan (mean 3.78). Dilihat dari analisa top two boxes maka diperoleh faktor Resiko Ekspor Dibandingkan Dengan Resiko Penjualan Domestik sebagai faktor yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan eksportir dengan hasil sebesar 65.6% responden. Diikuti oleh faktor Pemahaman Dan Kefasihan Manajemen Berbahasa Asing dan faktor: Keahlian Manajemen Di Bidang Marketing yang dijawab dengan persentase yang sama sebesar 59.4% responden.

Dari hasil analisa tabulasi silang antara perusahaan sukses ? kurang sukses dengan faktor-faktor penentu kesuksesan eksportir, diperoleh bahwa dan karakteristik demografi yang dimiliki oleh manajemen ternyata faktor Pemahaman dan Kefasihan Manajemen Berbahasa Asing dan faktor Keahlian Di Bidang Marketing berkorelasi Secara signifikan terhadap kesuksesan ekspor yaitu dengan mean yang sama sebesar 3.93. Sedangkan dan ekspektasi manajemen mengenai ekspor, ternyata faktor Persepsi Manajemen Mengenai Perubahan Marketing Mix Terhadap Kegiatan Ekspor lebih berpengaruh terhadap kesuksesan ekspor.

Dari hasil uji One-Way Anova, terdapat perbedaan yang signifikan terhadap faktor Latar Belakang Pendidikan Manajemen, faktor Keuntungan Ekspor Dibandingkan Dengan Keuntungan Penjualan Domestik, faktor Persepsi Manajemen Untuk Melayani Permintaan Domestik, faktor Persepsi Manajemen Mengenai Kompetisi hiternasional Yang Relatif Kuat dan faktor Persepsi Manajemen Mengenai Kendala dan Insentif Finansial.

Sebagai saran dari penelitian ini maka dapat dianjurkan, pertama, memfokuskan

perhatian pada persyaratan dan pengembangan kualifikasi internal berupa -faktor pengetahuan bahasa asing serta mengembangkan kemampuan pemasaran internasional dengan pendekatan global yang didukung komitmen jangka panjang, fleksibilitas praktek ekspor serta membangun basis konsumen dengan persamaan persepsi komunikasi. Kedua, manajemen harus dapat mengimplementasikan dan mengendalikan elemen elemen bauran pemasaran dengan baik contohnya pengembangan saluran distribusi yang mendukung skedul pengiriman produk dan kebijaksanaan harga produk yang kompetitif. Ketiga, perusahaan harus meningkatkan fokus pada peningkatan kemampuan dan keahlian manajerial dalam aktivitas pengumpulan informasi peluang dan peta persaingan di pasar global menuju identifikasi peluang secara cepat dan akurat karena faktor kompetisi internasional yang relatif kuat. Keempat, para manajer yang berkontribusi dalam pasar ekspor harus memiliki persepsi yang wajar dan realistis mengenai insentif ekspor dan finansial yang tersedia agar terjadi optimalisasi dalam implementasi strategi ekspor yang berlandaskan pada kemampuan finansial internal.