

**PENGARUH DUKUNGAN DISTRIBUTOR ADAPTASI HARGA DAN STRATEGI  
INTERNASIONALISASI TERHADAP KINERJA EKSPOR USAHA MIKRO KECIL  
DAN MENENGAH (UMKM) DALAM SITUASI TURBULENSI PASAR  
DI KOTA MAKASSAR**

**Oleh:**

Thamrin Abdul<sup>1)</sup> dan Beche BT. Mamma<sup>2)</sup>

E-mail: [thamrin.abduh@yahoo.com](mailto:thamrin.abduh@yahoo.com)<sup>1)</sup>, [bechemamma@yahoo.com](mailto:bechemamma@yahoo.com)<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup> Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa

<sup>2)</sup> Dosen Fisipol Universitas Bosowa

**ABSTRAK**

Perusahaan kecil dan menengah memerlukan strategi yang baik dalam memasarkan produknya di pasar internasional. Walaupun banyak upaya dilakukan pemerintah untuk meningkatkan pelayanan ekspor produk UMKM seperti lewat prosedur PKBE, pendirian kawasan UMKM, pembuatan basis data online, dan keterlibatan dalam MICE, laju ekspor UMKM masih rendah dalam semua sub sektor pada tahun 2011-2012.

Penelitian ini memeriksa faktor-faktor kinerja ekspor UMKM di Kota Makassar dengan tujuan melihat dalam latar tersebut apa saja faktor yang berperan dalam kinerja ekspor mereka. Secara khusus, peneliti meneliti efek dari intensitas teknologi informasi, intensitas persaingan, internasionalisasi, dukungan distribusi, adaptasi harga, dan dinamika pasar terhadap kinerja ekspor UKM di Kota Makassar. Penelitian menggunakan data survey primer dari UMKM di Kota Makassar untuk mengetahui kondisi dari semua variabel tersebut. Data survey dikumpulkan pada tahun 2015 dari 112 UKM di Kota Makassar. Data dianalisis dengan structural equation modeling. Hasil model struktural menunjukkan kalau intensitas teknologi informasi dan dukungan distribusi berpengaruh terhadap kinerja ekspor UKM, sementara itu dukungan distribusi berpengaruh signifikan terhadap adaptasi harga UKM tetapi adaptasi harga tidak berpengaruh terhadap kinerja ekspor. Di sisi lain, lingkungan eksternal, lingkungan makro, intensitas persaingan, adaptasi harga, internasionalisasi, dan turbulensi pasar ditemukan tidak berpengaruh terhadap kinerja ekspor UKM, dan dukungan distribusi tidak berpengaruh terhadap internasionalisasi.

Hasil ini menunjukkan kalau kinerja ekspor UKM sangat tergantung pada kemampuan UKM memasarkan produknya menggunakan teknologi informasi dan bagaimana distribusi mereka didukung oleh mitra bisnis mereka. Dalam kasus UKM yang langsung menjadi eksportir, mitra bisnis ini adalah UKM lain yang turut menyertakan produknya di pasar ekspor, sementara dalam kasus UKM yang melakukan ekspor melalui eksportir, mitra bisnis ini adalah perusahaan eksportir bersangkutan. Faktor lingkungan negara sasaran ekspor menjadi tidak relevan bagi kinerja ekspor mereka. Sejumlah saran diajukan pada UKM dan pemerintah dalam rangka meningkatkan kemampuan kinerja ekspor UKM menggunakan teknologi informasi dan penguatan rantai pasokan dalam negeri menuju pasar ekspor.

**Kata Kunci:** Usaha Kecil dan Menengah, Ekspor, Teknologi Informasi, Dukungan Distribusi, Internasionalisasi

**A. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) patut mendapatkan porsi perhatian yang besar karena Indonesia merupakan 799omest kedua terbesar di dunia dilihat dari jumlah UMKM per seribu penduduk dengan jumlah 100 UMKM per seribu penduduk, hanya kalah dari Brunei Darussalam yang

memiliki 122 UMKM per seribu penduduk (Kushnir, Mirmulstein, dan Ramalho, 2010:3). Jumlah UMKM per seribu penduduk di Indonesia lebih dari tiga kali lipat rata-rata dunia yang hanya mencapai 31 UMKM per seribu penduduk. Per Juni 2013, jumlah ini telah meningkat menjadi 55,2 juta UMKM (Kompas, 28 Juni 2013) yang berarti mencapai 220 UMKM per seribu penduduk,

jika pertumbuhan penduduk dihitung sebesar 1,49%, sama dengan pertumbuhan penduduk Indonesia tahun 2000-2010.

UMKM berperan besar dalam menopang ketenagakerjaan di Indonesia. Data tahun 2012 yang dirilis tahun 2014 oleh Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan kalau UMKM menyerap 97,24% tenaga kerja di Indonesia pada tahun 2011 dan 97,16% tenaga kerja tahun 2012. Walaupun menurun secara proporsi, secara kuantitatif hal ini masih menunjukkan peningkatan sebesar 5,83% dalam jumlah tenaga kerja, dari 101,7 juta tenaga kerja menjadi 107,6 juta tenaga kerja.

Memang dapat dimengerti bahwa dari semua UMKM, hanya 1% saja yang tergolong UKM sementara sisanya adalah usaha mikro. Walau begitu, UKM mampu berkontribusi sebesar 7% dari total tenaga kerja UMKM. Dari 107,6 juta tenaga kerja 800omest UMKM, 7,8 juta diantaranya bekerja di sub-sektor UKM. UKM juga bertanggungjawab atas 91% total ekspor yang dilakukan oleh 800omest UMKM pada tahun 2011-2012.

Gambaran positif diatas tidak disertai dengan gambaran pada kinerja ekspor. Perkembangan nilai ekspor non migas UMKM pada tahun 2011-2012 menunjukkan penurunan hingga 11,1% dari Rp 187,4 Triliun pada tahun 2011 menjadi hanya Rp 166,6 Triliun di tahun 2012. Penurunan ini berlaku pada semua sub 800omest, baik usaha mikro, kecil, maupun menengah. Penurunan terbesar terjadi pada sub 800omest usaha kecil yang mencapai 17,31%. Hal ini cukup memprihatinkan jika mengingat jumlahnya yang besar baik dari segi kuantitas maupun jumlah tenaga kerja yang dimiliki.

Adanya gambaran teoritis ini kemudian membawa pada perumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Berapa besar pengaruh dukungan distribusi terhadap strategi ekspor lainnya maupun kinerja ekspor UKM di Kota Makassar?
2. Berapa besar pengaruh adaptasi harga terhadap kinerja ekspor UKM di Kota Makassar?
3. Berapa besar pengaruh internasionalisasi dengan kinerja ekspor UKM di Kota Makassar?

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Dukungan Distribusi

Dukungan distribusi sendiri merupakan bagian dari hubungan dalam saluran rantai pasokan. Suatu dukungan distribusi merupakan “suatu kemampuan sebuah distributor dalam memberikan keluasan atau ketersebaran cakupan distribusi secara efektif” (Ding, 2011:77). Dalam level 800omes, ia dapat berupa ketersebaran cakupan geografis sementara pada level internasional dapat berupa ketersebaran cakupan 800omest yang menjadi sasaran dari ekspor. Dukungan distribusi adalah ukuran kinerja dari perusahaan-perusahaan penyedia jasa 800omestic sehingga memberikan gambaran kemampuan distribusi bukan saja pada UKM, tetapi juga pada perusahaan yang menjadi bagian dari rantai pasokan menuju ke pelanggan. Dalam konteks ekspor UKM, Sousa dan Novello (2014:1) mendefinisikannya sebagai tingkat bantuan yang diberikan pada distributor asing serta tingkat kerjasama dan interaksi yang terjadi antara UKM dan distributor.

Selain dipengaruhi oleh aspek merek, dukungan distribusi juga dipengaruhi oleh intensitas teknologi secara positif dan intensitas persaingan secara 800omestic (Sousa dan Novello, 2014). Dukungan distribusi mempengaruhi strategi harga ekspor perusahaan karena distributor tetap memberikan sebuah tekanan untuk menerima barang tertentu dari UKM (Sousa dan Novello, 2014:38). Gambaran paling sederhana adalah ketika barang yang dikirim dipandang sebagai sebuah paket. Harga pengiriman akan tergantung pada waktu dan jenis barang serta jarak pengiriman. Dengan tiga pertimbangan ini saja, UKM telah harus menyesuaikan harga jualnya pada pasar 800omest sasaran.

### 2. Adaptasi Harga

Pengaruh adaptasi harga terhadap kinerja ekspor, walau begitu, berbeda-beda. Sousa dan Bradley (2007) serta Lages dan Montgomery (2005) menemukan hubungan 800omestic. Semakin kecil derajat adaptasi harga, justru kinerja ekspor perusahaan semakin besar. Hal ini tidak berarti bahwa kenaikan harga menurunkan kinerja ekspor. Adaptasi harga merupakan bentuk variabilitas yang mencerminkan derajat variasi harga. Karenanya, semakin buruk kinerja ekspor dinisbahkan pada terlalu cepatnya harga

barang yang dijual UKM berubah. Karenanya, ide yang dimunculkan kemudian adalah melakukan standarisasi harga agar tidak terjadi kecemburuan yang mempengaruhi kinerja ekspor (Vrontis dan Thrassou, 2007). Disinilah peran penting dari citra produk di berbagai pasar 801omest (Sibanda, 2007:35).

### 3. Model Kinerja Ekspor UKM

#### a. Intensitas Teknologi UKM

Karena teknologi adalah barang modal dan berhubungan linier dengan ukuran perusahaan, maka dapat diduga bahwa UKM lebih rendah dalam intensitas teknologinya dari pada perusahaan besar. Walau begitu, perkembangan teknologi informasi membawa pada penggunaan teknologi yang berbeda dari perusahaan besar. Bagi perusahaan kecil, untuk dapat meningkatkan penjualan, adopsi e-business menjadi sebuah syarat penting. Hal ini dibuktikan oleh Abebe (2014). Karenanya, walaupun intensitas teknologi fisik UKM rendah, mereka dapat memiliki setidaknya 801omestic dan modem untuk terkoneksi dengan internet dan menjual produknya pada level nasional maupun internasional.

#### b. Internasionalisasi UKM

Strategi internasionalisasi pada UKM tidak harus mengandalkan distributor. Studi Kontinen dan Ojala (2010) menunjukkan bahwa UKM dalam perkembangannya mulai dengan melakukan ekspor lewat distributor, namun seiring waktu mendirikan anak perusahaan di 801omest sasaran sehingga tidak lagi membutuhkan distributor.

Sungguhpun demikian, internasionalisasi memang merupakan strategi yang sulit dilakukan. Ada banyak kendala yang mempengaruhi strategi ini. Mpinganjira (2011) misalnya, menemukan kendala finansial (modal kerja dan ongkos kerja), kendala produksi (kapasitas produksi, bahan baku, kualitas produk), kendala 801omestic (mengumpulkan keuntungan, dokumentasi, kompleksitas manajemen), kendala SDM (pengetahuan mekanisme ekspor, pengetahuan kesempatan ekspor), kendala persaingan (persaingan internasional, persaingan harga, biaya transportasi), kendala informasi dan komunikasi (perbedaan bahasa, kecepatan komunikasi, keterbatasan informasi), dan kendala regulasi (pembatasan, persyaratan).

Studi Senik et al (2010) menemukan bahwa 801omest karakteristik perusahaan, 801omest 801omestic, pengaruh eksternal, dan aspek motivasional berpengaruh terhadap internasionalisasi UKM di Malaysia.

### C. METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (*Library Research*), yaitu suatu metode yang digunakan dalam suatu analisis terhadap data makro ekonomi yang tersedia dalam bentuk data sekunder. Sedangkan jenis penelitian adalah penelitian *verificative* yaitu penelitian yang bertujuan menemukan verifikasi atau mengkaji dan menguji keberadaan teori secara 801omesti dari hubungan-hubungan 801omestic yang diformulasikan dalam hipotesis, sehingga penelitian ini juga merupakan penelitian yang menjelaskan (*explanatory research*), yaitu menjelaskan hubungan kausal antara 801omestic terikat dan 801omestic bebas.

#### 1. Teknik Analisis

Dilihat secara ekonometri, model persamaan investasi atau PMA dan persamaan pertumbuhan ekonomi merupakan persamaan 801omestic8011, dimana kedua persamaan tersebut memiliki dua 801omestic endogen yaitu PMA dan PDRB, dengan model sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Ln} \\ PMA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \text{LnPDRB}_{it} + \alpha_2 \text{LnKM}_{it} + \alpha_3 \text{LnKD}_{it} + \alpha_4 \text{LnPP}_{it} + \alpha_5 \text{LnAK}_{it} \\ + \alpha_6 PMA_{it-1} + \alpha_7 CRS_{it} + e_{it} \dots \dots \dots (3.1) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Ln} \\ PDRB_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{LnPMA}_{it} + \beta_2 \text{LnPMDN}_{it} + \beta_3 \text{LnTKPA}_{it} + \beta_4 \text{LnTKPN}_{it} \\ + \beta_5 SBI_{it} + \beta_6 CRS_{it} + \mu_{it} \dots \dots \dots (3.2) \end{aligned}$$

#### Dimana:

$PMA_{it}$	=Penanaman modal asing
$PMA_{it(-1)}$	=Penanaman modal asing tahun lalu
$PDRB_{it}$	=Produk 801omestic regional bruto
$KM_{it}$	=Keamanan
$KD_{it}$	=Kurs dollar
$PP_{it}$	=Pengeluaran pembangunan
$AK_{it}$	=Angkatan kerja
$PMDN_{it}$	= Penanaman modal dalam negeri
$TKPA_{it}$	=Tenaga kerja penanaman modal asing
$TKPN_{it}$	= Tenaga kerja penanaman modal dalam negeri
$SBI_{it}$	=Suku bunga sertifikat Bank Indonesia

$CRS_{it}$	=Masa sebelum dan sesudah krisis Ekonomi (1998,1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004 =1 dan lainnya 0)
$\mu_{it}$	= Variabel pengganggu ( <i>error terms</i> )
$i$	= Daerah
$t$	= Tahun

Disamping variabel di atas ada lagi variabel-variabel yang tak termasuk ke dalam model, yang dijelaskan oleh intersep dan *error terms*. Dari model faktor yang mempengaruhi investasi asing langsung di Indonesia di duga bahwa faktor tenaga kerja relatif banyak. Disamping itu juga dalam *error terms* terkandung adanya iklim politik, kepastian hukum, dan faktor lain yang dapat dianggap mempengaruhi secara langsung maupun tidak langsung.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 1. Karakteristik Pasar

Menurut data dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Selatan tahun 2017, terdapat 232 perusahaan eksportir yang bergerak pada 35 bidang perdagangan.

Tabel 4.1. berikut menyajikan proporsi dari perusahaan-perusahaan tersebut. Jumlah terbesar eksportir adalah eksportir rumput laut sebanyak 34 perusahaan, kayu sebanyak 27 perusahaan, dan ikan sebanyak 23 perusahaan. Terdapat tujuh bidang yang hanya dikuasai oleh satu perusahaan eksportir yaitu ekspor kerang, jagung, karet, kacang hijau, arang tempurung, dedak gandum dan terigu, dan biji kapuk. Hal ini menunjukkan kalau untuk sebagian bidang, terdapat monopoli natural dengan hanya satu eksportir.

Dalam perkembangannya. eksportir rumput laut mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring dengan semakin meningkatnya permintaan rumput laut dari luar negeri. Selain rumput laut, eksportir kayu dan ikan segar juga mengalami peningkatan. Dilain sisi, ada juga eksportir yang tidak mengalami peningkatan justru cenderung menurun khususnya komoditi kerang, jagung, karet, kacang hijau, arang tempurung, dedak dan biji kapuk, hal ini disebabkan karena permintaan pasar akan komoditi tersebut semakin berkurang sehingga eksportir dalam komoditi tersebut juga mengalami penurunan.

**Tabel 1.**  
**Kinerja Ekspor Dari Segi Volume Pada 22 Komoditi**

No	Komoditi	2012 (Ton)	2013 (Ton)	2014 (Ton)	2015 (Ton)	2016 (Ton)	2017 (Ton)	R <sup>2</sup> (%)
1	Damar	1.499	1.208	1.567	2.085	1.732	1.970	54
2	Getah Pinus	531	376	544	1.349	2.581	959	38
3	Udang	5.538	4.904	4.152	3.969	5.477	4.351	12
4	Ikan	5.077	3.762	2.851	3.306	2.083	1.311	90
5	Kepiting Segar	61	187	180	-	31	-	35
6	Kerang	326	192	97	39	97	39	74
7	Kulit Kepiting dan Udang	193	742	469	261	557	138	6
8	Rumput Laut	20.242	41.588	64.100	66.586	80.894	95.462	96
9	Telur Ikan Terbang	681	657	517	1.045	615	700	2
10	Teripang	30	9	68	5	2	1	22
11	Bambu laut	1.554	3.291	869	602	553	234	51
12	Gurita	521	629	951	1.156	371	447	3
13	Ikan Hidup	-	3	1	-	-	17	36
14	Biji Kakao	151.074	151.572	51.974	51.489	64.426	29.577	75
15	Mete Gelondongan	223	825	558	-	764	-	7
16	Biji Kopi	4.359	7.307	1.697	4.939	2.553	4.677	7
17	Rempah	18	57	176	1.004	156	130	6
18	Kelapa	21	12	351	-	-	183	23
19	Biji Kapuk	-	809	30	45	29	-	53
20	Gaplek dan Tapioka	19.556	1.336	29.644	8.028	495	114	28
21	Jagung	23.007	-	-	38	123	13.105	35
22	Kacang Hijau	647	-	75	-	-	-	74

Sumber : Disperindag Provinsi Sulawesi Selatan, 2017

Tabel 1 diatas, terlihat bahwa volume ekspor atas 21 komoditi ekspor periode tahun 2012 hingga 2017 mengalami fluktuasi yang cukup besar, hal ini menunjukkan bahwa sentimen pasar ekspor di Kota Makassar sangat dipengaruhi oleh turbulen ekonomi. Sebaliknya, komoditi rumput laut dari tahun 2009 hingga tahun 2014 mengalami peningkatan rata-rata sebesar 0,4% pertahun, hal ini menunjukkan bahwa permintaan ekspor akan komoditi rumput laut sangat potensial sehingga ketersediaan dan kualitas rumput laut sebagai komoditi andalan Kota Makassar harus mendapat perhatian yang lebih baik dari pemerintah maupun dari eksportir.

## 2. Negara Sasaran Ekspor

Ada banyak alasan mengapa satu negara menjadi sasaran ekspor sementara negara lain tidak. Dalam konteks Makassar, ada 56 negara sasaran ekspor dan rata-rata menerima 7 jenis komoditi. Kita dapat mengasumsikan bahwa negara yang paling banyak menerima jenis komoditi dari Sulawesi Selatan adalah negara dengan karakteristik yang memungkinkan produsen Sulawesi Selatan untuk merambah ke dalam pasar di negara tersebut.

**Tabel 2.**  
**Negara Sasaran Ekspor Produk**

No	Negara	Produk	No	Negara	Produk
Afrika					
1	Selatan	2	30	Jerman	14
2	Albania	1	31	Latvia	1
3	Amerika	21	32	Malaysia	23

No	Negara	Produk	No	Negara	Produk
Serikat					
4	Arab Saudi	4	33	Malta	1
5	Argentina	3	34	Martinique	1
6	Australia	13	35	Mauritius	1
7	Bangkok	2	36	Mesir	4
8	Bangladesh	3	37	Mexico	4
9	Belanda	11	38	Namibia	1
10	Belarus	1	39	Norwegia	1
11	Belgia	11	40	Pakistan	3
12	Bolivia	1	41	Philipina	8
13	Brazil	2	42	Polandia	1
Brunai					
14	Darussalam	1	43	Portugal	1
15	Bulgaria	1	44	Qatar	1
16	Canada	6	45	Rep. Korea	37
17	Chili	1	46	Rusia	10
18	China	32	47	Singapura	12
19	Cyprus	2	48	Spanyol	7
20	Denmark	2	49	Sri Lanka	1
21	Estonia	2	50	Swedia	1
22	Francis	9	51	Taiwan	18
23	Guadelope	1	52	Thailand	14
24	Hong Kong	9	53	Tunisia	2
25	Iceland	1	54	Turki	3
26	India	16	55	Ukraina	2
27	Inggris	14	56	Vietnam	13
28	Italia	7			
29	Jepang	27		Rata-rata	6,98

Sumber : Disperindag Provinsi Sulawesi Selatan, 2017

## 3. Dukungan Distributor

Dukungan distributor dalam penelitian ini didekati dengan empat item: bekerjasama dalam merumuskan strategi pemasaran, mendukung distributor, berinteraksi dengan distributor, dan dibantu dalam merencanakan bisnis.

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error
DD1	112	4,00	5,00	4,4821	,04743
DD2	112	3,00	5,00	4,5179	,05071
DD3	112	3,00	5,00	4,4286	,04865
DD4	112	3,00	5,00	4,3929	,04970
Valid N (listwise)	112				

Hasil uji statistic pada *descriptive statistic* menunjukkan kalau mean terendah ada pada item DD4 dimana tidak semua responden menyatakan kalau mereka selalu dibantu perencanaan bisnisnya oleh distributor. Sementara itu, mean tertinggi adalah DD2 yang menyatakan kalau responden hampir selalu memberikan dukungan bagi distributor mereka.

## 4. Adaptasi Harga

Adaptasi harga dalam penelitian ini didekati oleh tiga item yaitu: margin harga, konsesi kredit, dan strategi harga. Hasil analisis deskriptif menunjukkan mean terendah adalah AH2 yang menunjukkan kalau konsesi kredit di negara tujuan ekspor rata-rata sama dengan di Indonesia. Mean tertinggi ada pada AH1 yang menyatakan

bahwa margin harga di negara tujuan ekspor rata-rata sedang dengan Indonesia.

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
AH1	112	2,00	5,00	2,8125	,09949	1,05293
AH2	112	2,00	4,00	2,5357	,06333	,67020
AH3	112	2,00	5,00	2,6964	,08954	,94763
Valid N (listwise)	112					

## 5. Kinerja Ekspor

Kinerja ekspor dalam penelitian ini didekati oleh empat item: pertumbuhan penjualan, keuntungan ekspor, jumlah barang di ekspor, dan keterpenuhan target ekspor. Analisis menunjukkan kalau item terendah

adalah KE3 yang menunjukkan kalau jumlah barang di ekspor tergolong memuaskan, sementara item tertinggi adalah KE1 yang menunjukkan kalau pertumbuhan penjualan ekspor sangat memuaskan.

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic
KE1	111	3,00	5,00	4,8288	,03813	,40168
KE2	112	3,00	5,00	4,6696	,04811	,50917
KE3	112	2,00	5,00	4,6429	,05051	,53452
KE4	112	2,00	5,00	4,8214	,04433	,46912
Valid N (listwise)	111					

## 6. Strategi Ekspor

Strategi ekspor merupakan variabel alternatif yang terdiri dari dukungan distributor, adaptasi harga, dan internasionalisasi. Jumlah item yang

mengalami masalah non respon dan tidak bermasalah sama besar sehingga pembuangan item diputuskan oleh uji validitas dan reliabilitas.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,859	5

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
AH1	15,8393	3,686	,671	,884
AH2	16,1161	4,950	,707	,821
DD1	14,1696	5,115	,943	,786
DD3	14,2232	5,274	,833	,806
DD4	14,2589	5,851	,542	,861

Uji reliabilitas memberikan hasil yang baik dimana realibilitas mencapai  $0,859 > 0,6$  yang berarti bahwa semua item reliabel Walau begitu, item LM1 memiliki item to total correlation negatif sehingga tidak valid. Item ini dibuang dan menghasilkan reliabilitas yang lebih baik. Validitas diskriminan juga terpenuhi karena tidak ada satupun item memiliki corrected item-total correlation  $< 0,30$ .

## E. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

Penelitian ini berhasil menjangkau 112 sampel dari populasi 238 perusahaan. Perusahaan ini terbagi dalam dua kelompok yaitu kelompok pertanian dan kelompok makanan. Hasil pengumpulan data diujikan dalam empat model struktural yang menguji berbagai hubungan antar variabel. Temuan-temuan yang diperoleh dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Pasar ekspor produksi yang paling stabil dari segi volume adalah kayu olahan, karet, dan kancing kerang, sementara pasar ekspor yang paling tidak stabil adalah kayu, rotan, dan batatex. Jika

- dilihat dari segi arah stabilitas, pasar yang paling menguntungkan adalah pasar kancing kerang karena terus naik seiring waktu, sementara pasar kayu olahan dan karet justru menurun seiring waktu. Sementara itu, ekspor produksi yang paling menguntungkan adalah produk kakao. Pasar ekspor produk pertanian yang paling menguntungkan adalah pasar rumput laut dan kelapa.
- b. Perusahaan yang bergerak di bidang makanan memiliki sasaran ekspor dengan konsesi kredit yang lebih berbeda dari Indonesia, memiliki strategi harga yang lebih berbeda dari Indonesia, memiliki infrastruktur pemasaran yang lebih berbeda dari Indonesia, dan memiliki persyaratan teknis yang lebih berbeda dari Indonesia, dibandingkan dengan perusahaan yang bergerak di bidang pertanian. Selain itu, perusahaan yang bergerak di bidang makanan lebih mudah bekerjasama dengan distributor dalam merumuskan strategi pemasaran, lebih tidak mendukung distributornya, lebih sering berinteraksi dengan distributornya, dan lebih banyak menjual barang ke pasar ekspor, daripada perusahaan yang bergerak di bidang pertanian. Di sisi lain, perusahaan yang bergerak di bidang pertanian memiliki konsumen yang lebih jarang mencari produk baru, lebih mirip satu sama lain dalam segi kebutuhan, dan lebih sedikit menghadapi konsumen baru ketimbang perusahaan yang bergerak di bidang makanan.
  - c. Hasil uji validitas dan reliabilitas menghasilkan satu item (100%) untuk intensitas teknologi informasi, dua item (50%) untuk lingkungan makro, dua item (67%) untuk intensitas persaingan, satu item (20%) untuk turbulensi pasar, satu item (25%) untuk dukungan distributor, tiga item (100%) untuk adaptasi harga, satu item (100%) untuk internasionalisasi, empat item (100%) untuk kinerja ekspor, delapan item (67%) untuk lingkungan eksternal, dan lima item (62,5%) untuk strategi ekspor.
  - d. Uji faktor tunggal Harman menyimpulkan kalau tidak ada masalah metode umum karena komponen terbesar hanya menjelaskan 48% varian dari data.
  - e. Model 1 menghasilkan hubungan signifikan antara intensitas teknologi informasi terhadap strategi ekspor, intensitas teknologi informasi terhadap kinerja ekspor, lingkungan eksternal terhadap strategi ekspor, dan strategi ekspor terhadap kinerja ekspor. Hubungan antara lingkungan eksternal terhadap strategi ekspor tidak signifikan.
  - f. Model 2 yang memecah variabel lingkungan eksternal ditemukan tidak menghasilkan satupun hubungan yang signifikan antar variabel penelitian.
  - g. Model 3 yang memecah variabel strategi ekspor menemukan hubungan signifikan antara intensitas teknologi informasi terhadap dukungan distributor, lingkungan eksternal terhadap dukungan distributor, dukungan distributor terhadap kinerja ekspor, dan lingkungan eksternal terhadap kinerja ekspor.
  - h. Model 4 memecah semua variabel strategi ekspor dan variabel lingkungan eksternal. Ditemukan bahwa intensitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap dukungan distributor, internasionalisasi, dan adaptasi harga. Lingkungan makro berpengaruh signifikan terhadap internasionalisasi dan dukungan distributor. Intensitas persaingan berpengaruh signifikan terhadap adaptasi harga dan kinerja ekspor. Turbulensi pasar berpengaruh signifikan terhadap adaptasi harga. Internasionalisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja ekspor. Dukungan distributor berpengaruh signifikan terhadap adaptasi harga. Adaptasi harga berpengaruh signifikan terhadap kinerja ekspor.

## 2. Saran

- a. UKM yang bergerak di bidang ekspor harus mengembangkan strategi yang didukung oleh manajemen dan struktur kerjasama yang baik sehingga dapat meningkatkan kinerja ekspor. Strategi ini harus berfokus pada pertimbangan terhadap faktor lingkungan eksternal. Karenanya, pengawasan terhadap informasi lingkungan makro, intensitas persaingan, dan turbulensi pasar harus dilakukan. Harus ada evaluasi berkelanjutan terhadap strategi ekspor tersebut untuk menjaga agar tetap memberikan efek positif pada kinerja

- ekspor.
- b. Harus ada upaya bagi sektor UKM untuk memasuki pasar-pasar yang stabil dan menjanjikan seperti kancing kerang, rumput laut, kelapa, dan produk kakao. Untuk memasuki pasar ini, harus ada kerjasama dengan pemerintah sebagai fasilitator. Hal ini bukan saja mempermudah melakukan internasionalisasi, tetapi juga mempercepat pertumbuhan bisnis.
  - c. Jika UKM ingin melakukan perluasan pasar ekspor yang lebih besar, UKM harus memilih memasuki pasar kerang, kulit kepiting dan udang, dan bambu laut. Hal ini akan lebih mudah karena pasar yang ada sangat besar namun diikuti oleh sedikit aktor ekonomi sehingga intensitas persaingan yang ada rendah.
  - d. UKM dan pemerintah harus menjajaki pasar ekspor baru, khususnya yang dekat seperti Brunai Darussalam, Sri Lanka, Qatar, dan Mauritius. Negara-negara ini masih memiliki komoditi tunggal yang diimpor dari Makassar.
  - e. Baik UKM maupun eksportir harus mempertimbangkan memperluas fungsi teknologi informasi dari semata sekedar alat untuk menjual produk ke pasar internasional. UKM harus mengembangkan strategi penggunaan teknologi informasi yang meniru perusahaan besar seperti layout situs yang maju dan mudah dipahami. Alternatif lain adalah dengan meningkatkan kompetensi bahasa Inggris sehingga dapat memberikan informasi yang lebih mendalam bagi calon konsumen asing dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas lewat teknologi informasi.
- Bisnis*, Edisi Pertama, Ekonisia Yogyakarta.
- Aris Soelistyo, 2003, *Model Makroekonomi: Suatu Modifikasi Model Keynesian untuk Ekonomi Indonesia 1978-1997*, Disertasi Universitas Padjadjaran Bandung.
- Assanie, Nizar and Singleton, Bill, 2004, *The Quality of Foreign Direct Investment: Does it Matter for Economic Growth*, Canada. [nizar.assanie@asiapacific.ca](mailto:nizar.assanie@asiapacific.ca)  
*JELClassification Codes: F1, O4.*
- Assante, Yaw, 2000, *Determinants of Private Investment Behaviour*, Departement of Economics University of Ghana Legon, *AERC Research Paper 100 African Economics Research Consortium, Nairobi March 2000.*
- Laporan Hasil Rapat *Koordinasi Investasi Kabupaten/Kota se- Propinsi Jawa Barat*, 2004, Badan Promosi dan Penanaman Modal Daerah, Bandung.
- Nadeem, Ulhaque, Kajal Lahiri, Peter Montiel, 1993, *Estimation of Macroeconomic Model with Rational Expectation and Capital Control for Developing Countries*, *Journal of Development for Developing Countries.*
- R.Abdul Maqin, 2006, *Analisis Hubungan Pertumbuhan Ekonomi Dengan Pembangunan Manusia di Jawa Barat, Periode 1993 – 2003*, ( Disertasi tidak diterbitkan ) Bandung: Pascasarjana Universitas Pajajaran.
- Sutyastie,S, Armida. S.A, Rina.I, Ferry. H, 2003, *Analisis Ekonomi Jawa Barat*, Unpad Press Bandung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aep Sukanda, 2005, *Implementasi kebijakan Pola Alih Teknologi Ketenagakerjaan Asing Dalam Rangka Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Tenaga Kerja Indonesia*, (Disertasi tidak diterbitkan), Universitas Pendidikan Indonesia.
- Agus Widarjono, 2005, *Ekonometrika; Teori dan Aplikasi untuk Ekonomi dan*