

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hasil evaluasi ekspor perusahaan ke Belgia dan Inggris memperlihatkan jika perusahaan memiliki peluang dalam melakukan ekspor ke Belanda dengan kapasitas produksi dan sumber daya yang dimiliki.
2. Perusahaan sudah memiliki sertifikasi produk kayu (SVLK), legalitas perusahaan, dan dokumen penunjang keperluan ekspor sesuai dengan prasyarat kebutuhan buyer dalam pelaksanaan kegiatan ekspor, namun demikian tetap harus mempertimbangkan kondisi kawasan/negara tujuan untuk melakukan ekspansi kegiatan ekspornya.
3. Keterlibatan perusahaan dalam forum dan kegiatan promosi yang diselenggarakan baik Asosiasi maupun Pemerintah harus dilakukan secara berkelanjutan.
4. Perusahaan berpeluang melakukan kerjasama dengan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta pada tahun 2023 terkait pembukaan pasar ekspor non tradisional.

B. Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan atau melakukan aktivitas ekspor ke Belanda. Perusahaan berpeluang melakukan ekspor pasar baru ke dengan sumber daya internal dan eksternal yang dimiliki secara inovatif. Beragam sumber daya tersebut dapat dilihat melalui inovasi produk, keterlibatan perusahaan dalam asosiasi, dan kepemilikan sertifikasi produk

sebagai syarat dalam melakukan ekspor ke pasar barunya di Eropa terkhusus Belanda. Ada beberapa hal yang harus dilakukan utamanya dalam melihat peluang baru, yakni sering melakukan dialog bersama para anggota asosiasi sehingga mendapat informasi berita terbaru.

C. Keterbatasan Penelitian

Kelemahan penelitian ini tidak berhasil untuk mewawancari pihak importir/buyer, terkhusus importir/buyer yang ada di Belanda. Beberapa penelusuran online dari sumber literatur yang digunakan tanpa melakukan verifikasi dari lembaga-lembaga yang memiliki kredibilitas tinggi kebenarannya. Dalam penelitian ini, daftar pertanyaan pada protokol wawancara perlu disusun ulang untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih komprehensif. Penelitian lanjutan diharapkan dapat melibatkan pihak importir agar dapat melihat kinerja ekspor perusahaan secara lebih luas. Adapun penelitian lanjutan juga dapat melihat pasar non tradisional dan pasar tradisional untuk melihat bagaimana kinerja ekspor perusahaan secara menyeluruh di semua tujuan pasar ekspornya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alotaibi, M. B. G., dan Zhang, Y. 2017. The relationship between export market orientation and export performance: an empirical study. *Applied Economics*, 49(23), 2253–2258.
- Auh, S., dan Menguc, B. 2005. The influence of top management team functional diversity on strategic orientations: The moderating role of environmental turbulence and inter-functional coordination. *International Journal of Research in Marketing*, 22(3), 333–350.
- Cancino, Christian A.; Bonilla, Claudio A.; Vergara, Marcos. 2016. The impact of government support programs for the development of businesses in Chile. *Journal of Management Decision*, Vol. 53 No. 8, 2015 pp. 1736-1754.
- Chai, Z.D., dan Liu, H.J. 2014. An Analysis of the Home Factors in Competitive Advantages of the Emerging Market's MNEs. *Nanjing Journal of Social Sciences*, vol. 8, pp. 24-31
- Freeman, J. dan Styles, C. 2014. Does location matter to export performance?. *International Marketing Review*, Vol. 31, No.2, pp.181-208
- Freeman, J. Styles, C dan Lawley, M. 2012, Does firm location make a difference to the export performance of SMEs?. *International Marketing Review*, Vol. 29. No. 1, pp.88–113
- Geldres-Weiss, V. V. dan Carrasco-Roa, J. A. 2016. Impact evaluation of national export promotion programs on export firms using contrast groups, *International Journal of Export Marketing*, vol. 1, No. 1, pp. 77-95
- Gençtürk, E.F., dan Kotabe, M. 2001. The Effect of Export Assistance Program Usage on Export Performance: A Contingency Explanation, *Journal of International Marketing*, Vol. 9, No. 2, pp. 51- 72
- Ghazi, Khalil Al-Hyari dan Alnsour, M. 2017. Barriers to internationalisation in SMEs: evidence from Jordan", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 Iss 2 pp. 188 - 211

- Haddoud, M. Y., Jones, P., dan Newbery, R. 2017. Export promotion programmes and SMEs' performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 68–87.
- Haddoud, Mohamed Yacine; Newbery, Paul Jones Robert. 2017. Export promotion programmes and SMEs' performance: Exploring the network promotion role. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 24 No. 1, 2017 pp. 68-87.
- Herdiansyah, Haris. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*. Jakarta: Salema Humanika.
- İpek, İ. 2020. The relevance of international marketing strategy to emerging-market exporting firms: from a systematic review towards a conceptual framework. In *International Marketing Review* (Vol. 38, Issue 2).
- Jindal, G., and Gakhar, K. 2013. Export Promotion Programs and Exporters Performance, Strategies and Competencies: A Review, *International Journal of Research in Management, Science, and Technology*, Vol. 3, No. 4, pp. 117-175
- Katsikeas, C. S., Leonidou, L. C., dan Morgan, N. A. 2000. Firm-level export performance assessment: Review, evaluation, and development. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(4), 493–511.
- Leonidou, L. C. 1995. Empirical Research on Export Barriers: Review, Assessment, and Synthesis. *Journal of International Marketing*, 3(1), 29–43.
- Leonidou, L.C., D. Palihawadana dan M. Theodosiou. 2011. National export promotion programs as drivers of organizational resources and capabilities: Effects on strategy, competitive advantage, and performance,” *Journal of International Marketing*, 19(2), 1-29
- Mah, J. S. 2010. Export promotion policies, export composition and economic development of Korea. *Journal of Economic Issues*, Vol. 4, No. 4, pp. 877-894
- Morgan, R. E., dan Katsikeas, C. S. 1997. Obstacles to Export Initiation and Expansion. *Pergamon*, 25(6), 677–690.
- Myres, M.D. 2009. *Qualitative Research in Business and Management*. Los Angeles: Sage Publisher.

- Nanga, Muana. 2005. *Makroekonomi: Teori, Masalah dan Kebijakan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Perkasa.
- Ng, K., Abd, R. A., and Chua, P. S. 2016. Export Promotion, Sales, and Profits: A Structural Equation Modelling. *Journal of Southeast Asian Research*, Article ID 309540.
- Njinyah, S. Z. 2018. The effectiveness of government policies for export promotion on the export performance of SMEs Cocoa exporters in Cameroon. *International Marketing Review*, 35(1), 164–185. doi:10.1108/imr-05-2016-0103.
- Quaye, Daniel M; Sekyere, Kwame Ntim; Acheampong, George. 2017. Export promotion programmes and export performance: a study of selected SMEs in the manufacturing sector of Ghana. *Journal of Emerald Insight*.
- Quaye, D. M., Sekyere, K. N., dan Acheampong, G. 2017. Export promotion programmes and export performance. *Review of International Business and Strategy*, 27(4), 466–483.
- Shamsuddoha, A. K.; Ali, M. Y. Ndubisi. 2010. Impact of government export assistance on internationalization of SMEs from developing nations. *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 22 No. 4, 2009 pp. 408-422.
- Sraha, G. 2015. Public policy makers: Improving export promotion programs and entrepreneurial development in a lower emerging economy. *African Journal of Economic and Management Studies*, 6(1), 55–71.
- Ural, T. 2009. The effects of relationship quality on export performance: A classification of small and medium-sized Turkish exporting firms operating in single export-market ventures. *European Journal of Marketing*, 43(1), 139–168.
- Wang, George; Chen, Aihua; Wang, Huafeng; Li, Shengxiao. 2017. Effect Of Export Promotion Programs on Export Performance: Evidence From Manufacturing SMES. *Journal of Business Economics and Management*. Volume 18(1): 131–145
- Yannopoulos, P. 2010. Export Assistance Programs: Insights from Canadian SMEs, *International Review of Business Research Papers*, Vol. 6, No. 5, Pp. 36-51
- Yin, R. K. 2015. *Case Study Research: Design and Method*. 4th Edition. Los Angeles: Sage Publishes

Pinho, J.C. and Martins, L. 2010, “Exporting barriers: Insights from Portuguese small- and medium-sized exporters and non-exporters”, *Journal of International Entrepreneurship*, Vol. 8 No. 3, pp. 254-72.

