

TESIS

**PENGALAMAN GO *INTERNATIONAL* DAN EVALUASI
KINERJA EKSPOR PERUSAHAAN *E-COMMERCE*
GIANT CHESS, JAVA HANDICRAFT, DAN JAVA
MINIATURE**



Sarah Astari Mutiara

NIM : 105001492/BIN/MM

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2013**

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa tesis dengan judul:

**PENGALAMAN *GO INTERNATIONAL* DAN EVALUASI KINERJA
EKSPOR PERUSAHAAN *E-COMMERCE GIANT CHESS*, JAVA
HANDICRAFT, DAN JAVA MINIATURE**

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam tesis ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 30 Agustus 2013

Yang menyatakan

Sarah Astari Mutiara

KATA PENGANTAR

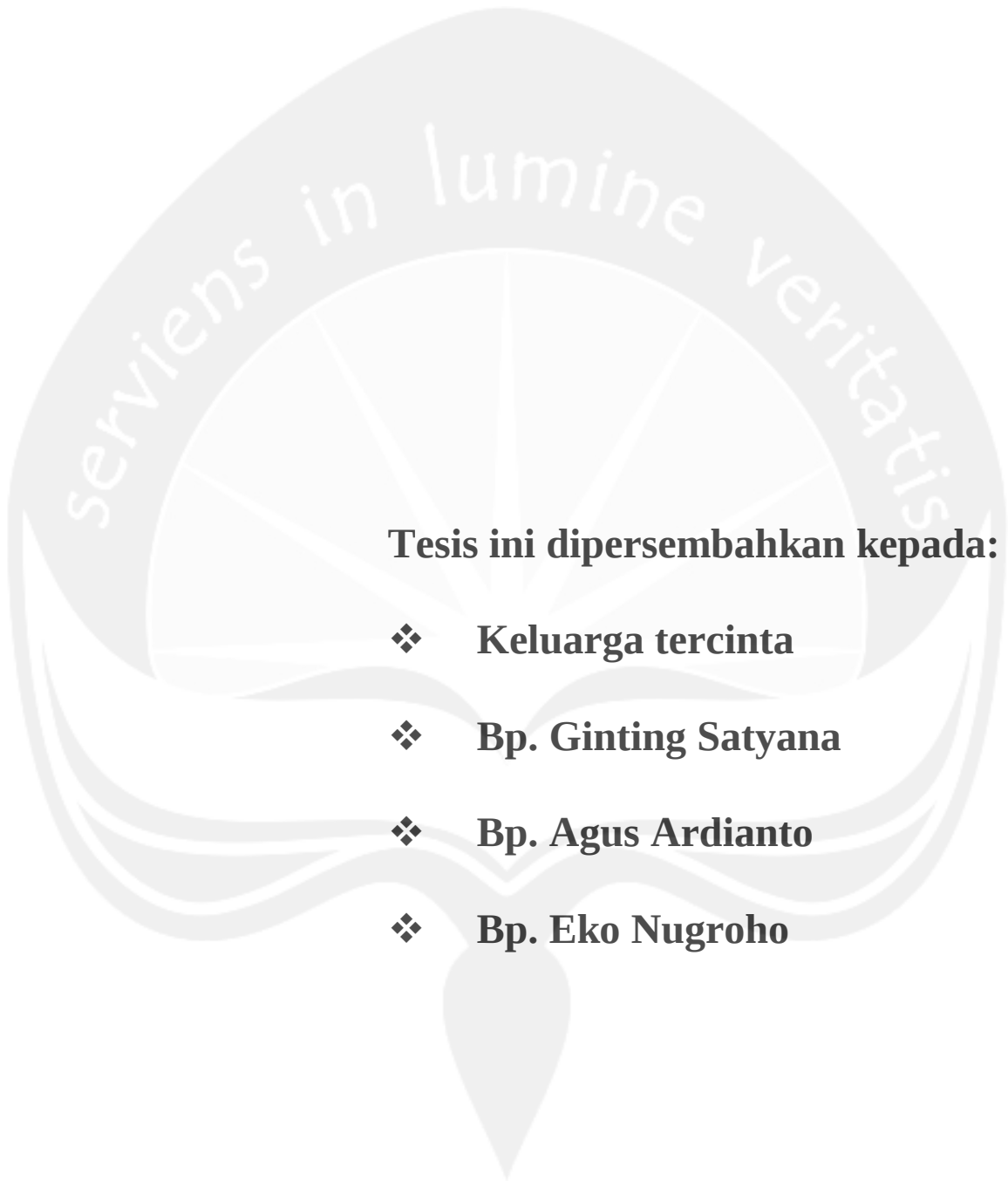
Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan hikmat, bimbingan, serta berkat-berkatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Magister Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Penulis menyadari pula bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak lain, tesis ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bp. Fandy Tjiptono, SE., M.Comm., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan selama penulis menyelesaikan tesis ini.
2. Bp. Ginting Satyana, Bp. Agus Ardianto, dan Bp. Eko Nugroho yang sangat banyak membantu dalam memberikan berbagai data yang dibutuhkan dalam penulisan tesis ini.
3. Keluarga tercinta yang selalu mendukung dan memberikan berbagai bantuan selama penulis menyelesaikan tesis ini.
4. Teman-teman yang selama ini selalu memberikan semangat.
5. Seluruh staf pengajar dan karyawan Admisi Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah membantu selama penulis menempuh kuliah.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis bersedia menerima segala kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian. Semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Yogyakarta, 30 Januari 2013

Sarah Astari Mutiara



Tesis ini dipersembahkan kepada:

- ❖ **Keluarga tercinta**
- ❖ **Bp. Ginting Satyana**
- ❖ **Bp. Agus Ardianto**
- ❖ **Bp. Eko Nugroho**

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN I.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN II	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
INTISARI	xviii
ABSTRACT	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pendahuluan	9
2.2 Landasan Teori	9
2.2.1 Internasionalisasi	9
2.2.2 Ekspor	14
2.2.3 <i>E-Commerce</i>	17
2.2.4 Ukuran Kinerja Ekspor	21
2.3 Penelitian-Penelitian Terdahulu	22
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Pendahuluan	25
3.2 Jenis dan Desain Penelitian	25
3.3 Profil Singkat Subyek Penelitian	26
3.3.1 Giant Chess	27
3.3.2 Java Handicraft	29
3.3.3 Java Miniature	31
3.4 Perbandingan Profil Subyek Penelitian	32
3.5 Sumber Data	33
3.6 Metode Pengumpulan Data	35
3.6.1 Pengamatan Langsung	36
3.6.2 Wawancara	36
3.7 Analisis dan Interpretasi Data	37

3.8 Prosedur Penelitian	38
3.9 Validitas dan Reliabilitas Data	40
BAB IV PENGALAMAN <i>GO INTERNATIONAL</i> PERUSAHAAN	
<i>E-COMMERCE</i> GIANT CHESS, JAVA HANDICRAFT	
DAN JAVA MINIATURE	42
4.1 Pendahuluan	42
4.2 Tahap Persiapan Penelitian	42
4.3 Tahap Pengumpulan Data	43
4.3.1 Informan Perusahaan	44
4.3.2 Pelaksanaan Wawancara	45
4.3.2.1 Giant Chess	45
4.3.2.2 Java Handicraft	45
4.3.2.3 Java Miniature	46
4.4 Tahap Analisis dan Interpretasi Data	46
4.4.1 Motivasi <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft,	
dan Java Miniature	46
4.4.1.1 Giant Chess	47
4.4.1.2 Java Handicraft	50
4.4.1.3 Java Miniature	52
4.4.2 Peluang <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft,	
dan Java Miniature	57

4.4.2.1 Giant Chess	57
4.4.2.2 Java Handicraft	58
4.4.2.3 Java Miniature	60
4.4.3 Proses <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	63
4.4.3.1 Giant Chess	63
4.4.3.2 Java Handicraft	69
4.4.3.3 Java Miniature	77
4.4.4 Permasalahan Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	87
4.4.4.1 Giant Chess	87
4.4.4.2 Java Handicraft	91
4.4.4.3 Java Miniature	93
4.4.5 Evaluasi Kinerja Ekspor Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	102
4.4.5.1 Ukuran Generik	102
4.4.5.1.1 Giant Chess	102
4.4.5.1.2 Java Handicraft	105
4.4.5.1.3 Java Miniature	106
4.4.5.2 Ukuran Ekonomik	110
4.4.5.2.1 Giant Chess	111

4.4.5.2.2 Java Handicraft	115
4.4.5.2.3 Java Miniature	116
4.4.5.3 Ukuran Non-Ekonomik	121
4.4.5.3.1 Giant Chess	121
4.4.5.3.2 Java Handicraft	125
4.4.5.3.3 Java Miniature	129
4.5 Kesimpulan Secara Umum	137
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL	145
5.1 Pendahuluan	145
5.2 Kesimpulan	145
5.2.1 Motivasi <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	146
1.2.2 Peluang <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	147
1.2.3 Proses <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	148
1.2.4 Permasalahan Ekspor Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	150
1.2.5 Kinerja Ekspor Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	151
5.2.6 Penilaian <i>Buyer</i> Terhadap Kinerja Ekspor Java Miniature ..	153

5.2.7 <i>Mind Map</i> Pengalaman <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	153
5.3 Implikasi Teoritis	155
5.4 Implikasi Manajerial	156
5.5 Keterbatasan Penelitian	157
5.6 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	158
DAFTAR PUSTAKA	159
LAMPIRAN.....	161

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Populasi Dan Penggunaan Internet Di Dunia	
Per 31 Desember 2011	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.1 Perbandingan Profil Subyek Penelitian	33
Tabel 3.2 Sumber Data	35
Tabel 4.1 Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Bisnis <i>Online</i> dan Ekspor	
Kerajinan Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	56
Tabel 4.2 Faktor-Faktor Peluang <i>Go International</i> Giant Chess,	
Java Handicraft, dan Java Miniature	63
Tabel 4.3 Proses <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan	
Java Miniature	85
Tabel 4.4 Permasalahan <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft,	
dan Java Miniature	101
Tabel 4.5 Evaluasi Kinerja Ekspor Giant Chess, Java Handicraft, dan	
Java Miniature Berdasarkan Ukuran Generik	110
Tabel 4.6 Evaluasi Kinerja Ekspor Giant Chess, Java Handicraft, dan	
Java Miniature Berdasarkan Ukuran Ekonomik	120
Tabel 4.7 Evaluasi Kinerja Ekspor Giant Chess, Java Handicraft, dan	
Java Miniature Berdasarkan Ukuran Non-Ekonomik	136

Tabel 4.8 Rangkuman Hasil Penelitian	140
--	-----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Internasionalisasi Uppsala	12
Gambar 2.2 <i>Electronic Commerce Framework</i>	20
Gambar 3.1 <i>Website Giant Chess</i>	28
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Giant Chess	28
Gambar 3.3 <i>Website Java Handicraft</i>	30
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Java Handicraft	30
Gambar 3.5 <i>Website Java Miniature</i>	32
Gambar 3.6 Struktur Organisasi Java Miniature	32
Gambar 3.7 Prosedur Penelitian	39
Gambar 4.1 Gene Simmons Signature Axe Bass Miniature Guitar	126
Gambar 4.2 Big Girl Bicycle	130
Gambar 4.3 Pengalaman <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	144
Gambar 5.1 Proses <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	149
Gambar 5.2 <i>Mind Map</i> Pengalaman <i>Go International</i> Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature	154

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Interview Protocol

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Hasil Survei Konsumen



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengalaman *go international* Giant Chess (www.giantchess.com), Java Handicraft (www.javahandicraft.com), dan Java Miniature (www.javaminiature.com), usaha-usaha kecil menengah di Yogyakarta dan Surabaya. Ketiga perusahaan memanfaatkan teknologi *e-commerce*, internet, sebagai satu-satunya media pemasaran dan penjualan dalam memasuki pasar global. Pengalaman *go international* ketiga perusahaan ditinjau dari aspek motivasi, peluang, proses, permasalahan, dan kinerja ekspor.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan desain multi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, pengamatan langsung, dan penelaahan *website* perusahaan. Para informan adalah pemilik masing-masing perusahaan.

Berdasarkan metode analisis konten, ditemukan bahwa manfaat efisiensi biaya modal yang ditawarkan teknologi *e-commerce* menjadi faktor pendorong motivasi utama dalam melakukan bisnis *online* berorientasi internasional. Berbagai peluang lain di dalam negeri maupun di luar negeri turut memperkuat komitmen perusahaan untuk bergerak dalam pasar ekspor. Proses internasionalisasi selanjutnya menunjukkan tindak lanjut perusahaan terhadap motivasi, peluang, serta kendala-kendala yang ada. Semua itu akhirnya menuju kepada penilaian kinerja ekspor.

Kata-kata kunci: internasionalisasi, *e-commerce*, ekspor, kinerja ekspor

ABSTRACT

This research aims to reveal the internationalization experiences of Giant Chess (www.giantchess.com), Java Handicraft (www.javahandicraft.com), and Java Miniature (www.javaminiature.com), the small-medium enterprises located in Yogyakarta and Surabaya. The three companies utilizes e-commerce technology, the internet, as the only promoting and selling media to penetrate the global market. The internationalization experiences of the three companies are viewed from the aspect of motivation, opportunity, process, problem, and export performance.

This research uses case study method with multi cases design. Data was collected by interviews, direct observation, and the review of companies websites. The informants are the owner of each company.

Based on the conducted method of content analysis, it was found that the capital cost efficiency benefit offered by e-commerce technology is the main motivation factor in doing internationally oriented online business. Various other opportunities in the domestic and foreign countries also strengthen the companies commitment to engaged in the export market. The next process of internationalization shows the companies follow-up toward motivation, opportunities, and problems. It finally leads to the evaluation of export performance.

Keywords: internationalization, e-commerce, export, export performance