

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah menjadikan dunia ibarat sebuah dusun global (*global village*). Hal ini ditandai dengan adanya arus informasi dan komunikasi serta transportasi antar individu atau kelompok yang semakin cepat, lancar, dan mudah tanpa terpengaruh batas-batas negara secara signifikan. Tambunan (2008) turut mengungkapkan bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan faktor pendorong utama di balik proses globalisasi ekonomi.

Salah satu bukti kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terkini adalah internet. Internet telah membawa arus globalisasi berjalan semakin cepat. Sejak adanya media internet berbagai pembaharuan besar terjadi dalam aktivitas-aktivitas bisnis di seluruh dunia, misalnya pemasaran dan transaksi. Melalui internet, aktivitas pemasaran bisa dilakukan secara *online* melalui jaringan komputer selama 24 jam, misalnya *web advertising*. Selain itu aktivitas transaksi juga tidak lagi harus dilakukan secara fisik, dimana pembeli dan penjual harus bertemu secara nyata di lokasi tertentu dan dalam waktu tertentu. Melalui internet, transaksi lintas negara/benua bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja secara *online*.

Berdasarkan data statistik dari www.internetworldstats.com, dari tahun ke tahun terjadi peningkatan yang signifikan terhadap jumlah pengguna internet di seluruh dunia. Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa per 31 Desember 2000, jumlah pengguna

internet di dunia tercatat 360.985.492 orang. Namun pada data terakhir per 31 Desember 2011, diketahui bahwa jumlah pengguna internet telah mencapai 2.267.233.742 orang atau 32,7% dari populasi dunia. Peningkatan jumlah pengguna internet di seluruh dunia dari tahun 2000-2011 tercatat mencapai 528,1%.

Tabel 1.1
Statistik Populasi Dan Penggunaan Internet Di Dunia
Per 31 Desember 2011

Regional Dunia	Populasi (estimasi 2011)	Pengguna Internet 31 Des 2000	Pengguna Internet Data Terakhir	Penetrasi Populasi (%)	Pertumbuhan 2000-2011 (%)
Afrika	1.037.524.058	4.514.400	139.875.242	13,5	2.988,4
Asia	3.879.740.877	114.304.000	1.016.799.076	26,2	789,6
Eropa	816.426.346	105.096.093	500.723.686	61,3	376,4
Timur Tengah	216.258.843	3.284.800	77.020.995	35,6	2.244,8
Amerika Utara	347.394.870	108.096.800	273.067.546	78,6	152,6
Amerika Latin	597.283.165	18.068.919	235.819.740	39,5	1.205,1
Australia	35.426.995	7.620.480	23.927.457	67,5	214,0
Total Dunia	6.930.055.154	360.985.492	2.267.233.742	32,7	528,1

Sumber : www.internetworldstats.com

Berbagai manfaat internet yang didukung oleh peningkatan jumlah pengguna yang signifikan di seluruh dunia tersebut menjadi pendorong motivasi bagi perusahaan-perusahaan besar maupun usaha-usaha kecil menengah untuk memperluas pangsa pasar secara internasional/global melalui *e-commerce* atau bisnis *online*. Hal ini selaras dengan yang diungkapkan Samiee (1998), seperti yang dikutip oleh Gregory, *et al.*(2007), bahwa tuntutan pengembangan *e-commerce* oleh importir telah menekan para eksportir untuk mengembangkan peralatan bisnis *e-commerce*,

karena kesuksesan eksportir bergantung pada kelangsungan bisnis dengan para importir.

Giant Chess (www.giantchess.com), Java Handicraft (www.javahandicraft.com), dan Java Miniature (www.javaminiature.com) merupakan perusahaan-perusahaan *e-commerce* berorientasi ekspor yang memasarkan dan menjual berbagai produk kerajinan Indonesia. Produk utama Giant Chess adalah catur-catur kayu raksasa. Produk utama Java Handicraft adalah miniatur gitar. Sedangkan produk utama Java Miniature adalah berbagai miniatur alat transportasi dan hiasan rumah/*home accessories* yang terbuat dari kayu atau logam. Giant Chess dan Java Handicraft merupakan *manufacturer* dari produk-produk utama yang dipasarkan, sedangkan Java Miniature merupakan *e-tailer (retailer online)* yang menjual dan memasarkan produk-produk dari berbagai pengrajin.

Sebagaimana perusahaan ekspor pada umumnya, kesuksesan ekspor ketiga perusahaan *e-commerce* tersebut dipengaruhi oleh motivasi, peluang, proses, serta permasalahan yang dihadapi dan bagaimana mengatasinya, yang pada akhirnya akan menghasilkan kualitas kinerja ekspor. Menurut www.businessdictionary.com, motivasi merupakan faktor-faktor yang menimbulkan keinginan dan kekuatan dalam diri manusia untuk terus-menerus tertarik dan berkomitmen terhadap suatu pekerjaan, peran, atau subyek, serta mengerahkan usaha yang gigih untuk mencapai tujuan. Peluang merupakan keadaan-keadaan yang dapat dimanfaatkan dengan hasil yang belum pasti, membutuhkan komitmen dalam sumber daya, dan melibatkan ketersediaan menanggung resiko. Proses merupakan serangkaian prosedur yang

saling terkait, yang pada setiap tahap membutuhkan satu atau lebih sumber daya (waktu kerja, energi, mesin, uang) untuk mengubah input (data, material, dan lain-lain) menjadi output. Permasalahan/kendala merupakan hal-hal yang menyebabkan kesenjangan antara kondisi saat ini dan keadaan yang diharapkan.

Kinerja ekspor merupakan hasil (*outcome*) dari segala aktivitas perusahaan dalam pasar ekspor (Shoham, 1996, seperti yang dikutip Katsikeas, *et al.* 2000). Kinerja ekspor dapat diukur dengan menggunakan pengukuran ekonomik, non-ekonomik, dan generik (Katsikeas, *et al.* 2000).

Karavdic dan Gregory (2005), seperti yang dikutip oleh Gregory, *et al.* (2007) mengungkapkan bahwa masih sedikit studi yang mengintegrasikan *e-commerce* dan strategi pemasaran ekspor untuk mengetahui bagaimana sistem *e-commerce* mempengaruhi kinerja ekspor. Hal ini menjadi kendala dalam literatur-literatur yang berhubungan dengan pemasaran ekspor, karena tanpa melibatkan *e-commerce* maka pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan akan kurang lengkap. Oleh karena itu, suatu penelitian empiris mengenai pengalaman *go international* perusahaan-perusahaan *e-commerce* yang ditinjau dari segi motivasi, peluang, proses, permasalahan, dan kinerja ekspornya diharapkan dapat memberikan gambaran aktual mengenai peranan *e-commerce* dalam bisnis internasional. Hal ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memperkaya pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor serta memberikan inspirasi mengenai berbagai prospek yang ditawarkan *e-commerce* dalam bisnis internasional.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penelitian ini berfokus untuk mengungkapkan pengalaman *go international* perusahaan *e-commerce* Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature, yang ditinjau dari aspek motivasi, peluang, proses, permasalahan, serta kinerja ekspornya.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan teknologi *e-commerce* terhadap kinerja ekspor serta mengevaluasi kinerja perusahaan Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature melalui pengungkapan pengalaman *go international* yang ditinjau dari aspek motivasi, peluang, proses, permasalahan, dan kinerja ekspor.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademik

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur-literatur penelitian yang mengintegrasikan *e-commerce* dan kinerja ekspor, sehingga dapat menambah dan memperdalam pengetahuan akademis mengenai peranan teknologi *e-commerce* terhadap kinerja ekspor suatu perusahaan. Selain itu penelitian ini juga bermanfaat untuk memberikan pengetahuan yang mendalam mengenai pengalaman *go international* perusahaan-perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang berkecimpung dalam industri kerajinan/*handicraft*.

2. Manfaat Manajerial

- a. Bagi perusahaan *e-commerce* Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature, penelitian ini diharapkan dapat memberikan evaluasi yang bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan bagi perusahaan, sehingga pemilik usaha atau manajer dapat menyusun strategi yang sesuai untuk melakukan perbaikan dan peningkatan kinerja usaha di kemudian hari.
- b. Bagi perusahaan-perusahaan *e-commerce* lain yang berorientasi ekspor, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan perbandingan, sehingga bermanfaat untuk mengetahui bilamana ada berbagai peluang dan permasalahan serupa yang dihadapi, sehingga dapat dilakukan evaluasi untuk peningkatan kinerja usaha di kemudian hari.
- c. Bagi calon pengusaha yang ingin menekuni bisnis *online* berorientasi ekspor, penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pengetahuan dan pembelajaran mengenai seluk beluk *e-commerce* dan bisnis ekspor, sehingga dapat diperoleh suatu ide, gagasan, atau pertimbangan untuk memulai suatu bisnis *online* yang berorientasi internasional.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian ini dapat terfokus dan terarah serta terhindar dari hasil analisis yang dianggap tidak relevan, maka perlu ditetapkan batasan-batasan penelitian.

Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Subyek penelitian adalah tiga perusahaan *e-commerce* yang bergerak dalam bisnis ekspor produk-produk kerajinan Indonesia, yaitu Giant Chess, Java Handicraft, dan Java Miniature.
2. Variabel yang diteliti adalah pengalaman *go international* ketiga perusahaan dalam memasarkan dan menjual produk secara global dengan memanfaatkan internet sebagai teknologi *e-commerce*, yang ditinjau dari aspek motivasi, peluang, proses, permasalahan, dan kinerja ekspor.
3. Produk-produk yang dilibatkan dalam penelitian adalah produk kerajinan utama yang dipasarkan dan dijual melalui *website* www.giantchess.com, www.javahandicraft.com, dan www.javaminiature.com, yaitu catur kayu raksasa, miniatur gitar, serta berbagai miniatur furnitur dan alat transportasi.

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika penyusunan penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, keaslian penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi berbagai landasan teori dan penelitian-penelitian sebelumnya yang relevan dengan topik penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai jenis dan desain penelitian, gambaran umum subyek penelitian, sumber data, metode pengumpulan data, metode analisis dan interpretasi data, prosedur penelitian, serta validitas dan reliabilitas penelitian.

BAB IV : PENGALAMAN *GO INTERNATIONAL* GIANT CHESS, JAVA HANDICRAFT DAN JAVA MINIATURE

Bab ini membahas proses persiapan, pengumpulan data, serta analisis dan interpretasi data yang bertujuan mendeskripsikan pengalaman *go international* ketiga perusahaan dalam sebuah hasil karya ilmiah.

BAB V : KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Bab ini berisi kesimpulan hasil penelitian, implikasi teoritis, serta implikasi manajerial sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk pengembangan usaha, serta bahan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.