

**ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN,  
KARAKTERISTIK PRODUK, KARAKTERISTIK INDUSTRI DAN  
KARAKTERISTIK PASAR EKSPOR TERHADAP STRATEGI  
PEMASARAN DAN KINERJA EKSPOR**

(Studi Kasus Pada UKM TPT di Jawa Tengah)

**TESIS**


Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan  
Program Magister Sains Manajemen  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**Diajukan Oleh:**

Nama : Rahayu N. Rachmawati

NIM : 03.90.0007

|   |   |
|---|---|
| <b>PERUSTAKAN</b><br>Universitas Katolik Soegijapranata | No. Inv. 054 / 52 / M61 / C.1   |
|   | Tanggal 19 Januari 2015   |
|   | Paraf  |

**PROGRAM PASCA SARJANA MAGISTER SAINS MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

2006

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : Rahayu N. Rachmawati

NIM : 03.90.0007

Program Studi : Program Pascasarjana M.Si manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Dengan Judul : Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Karakteristik Produk, Karakteristik Industri dan Karakteristik Pasar Ekspor Terhadap Strategi Pemasaran dan Kinerja Ekspor”  
(Studi Kasus Pada UKM TPT di Jawa Tengah)

Menyatakan bahwa tesis ini adalah hasil karya saya sendiri, apabila di kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau pemalsuan data maupun bentuk-bentuk kecurangan lain, saya bersedia menerima sanksi dari Program Pascasarjana Magister Sains Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

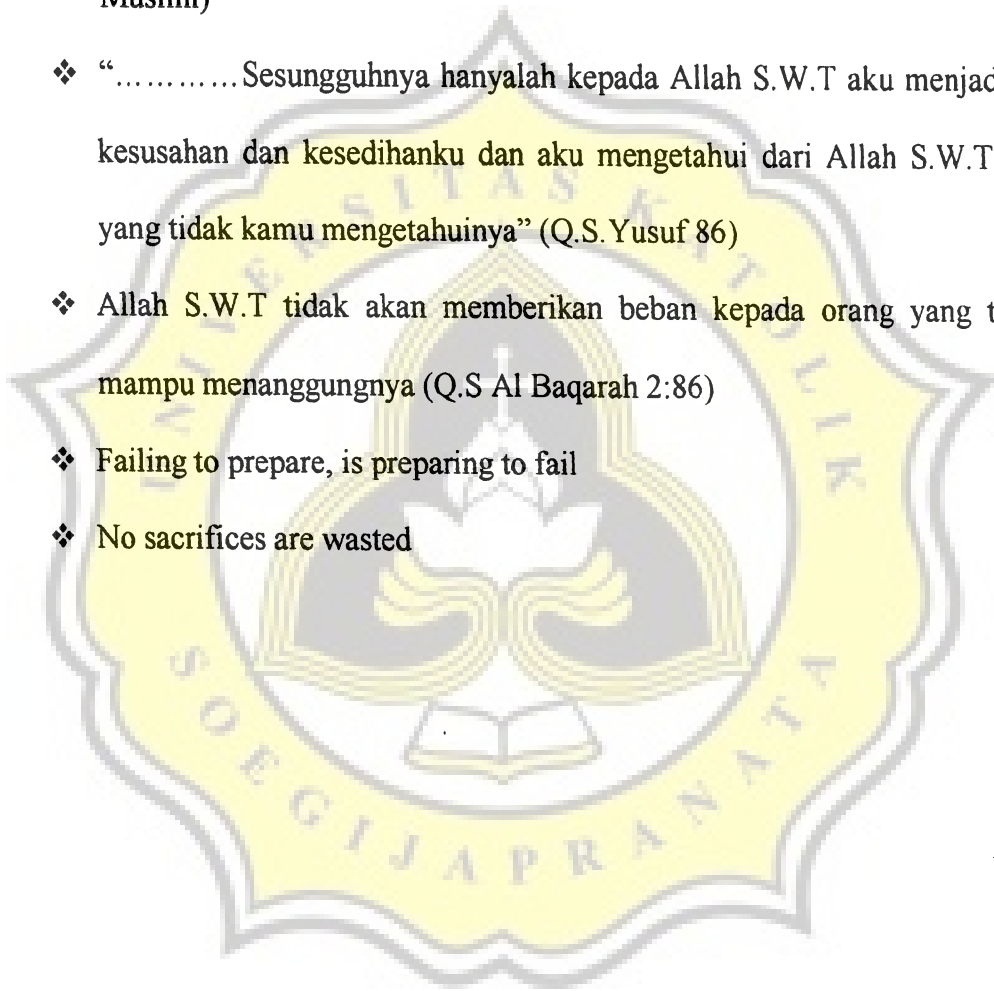
Semarang, Maret 2006



Rahayu N. Rachmawati

## MOTTO

- ❖ Ridho Allah tergantung pada keridhoan kedua orang tua (HR. Bukhori Muslim)
- ❖ “..... Sesungguhnya hanyalah kepada Allah S.W.T aku menjadikan kesusahan dan kesedihanku dan aku mengetahui dari Allah S.W.T apa yang tidak kamu mengetahuinya” (Q.S. Yusuf 86)
- ❖ Allah S.W.T tidak akan memberikan beban kepada orang yang tidak mampu menanggungnya (Q.S Al Baqarah 2:86)
- ❖ Failing to prepare, is preparing to fail
- ❖ No sacrifices are wasted



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan karunianya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KARAKTERISTIK PERUSAHAAN, KARAKTERISTIK PRODUK, KARAKTERISTIK INDUSTRI DAN KARAKTERISTIK PASAR EKSPOR TERHADAP STRATEGI PEMASARAN DAN KINERJA EKSPOR”**, (Studi Kasus Pada UKM TPT di Jawa Tengah) sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi pada program Magister Sains Manajemen Unika Soegijapranata Semarang.

Terwujudnya tesis ini tidak lain berkat bantuan, bimbingan dan petunjuk yang tak ternilai harganya dari berbagai pihak, secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Y. Bagus Wismanto, MSi, Rektor Unika Soegijaoranata Semarang.
2. Bapak Vincent Didiek Wiet Aryanto, Ph.D selaku dosen pembimbing satu
3. Ibu Dra. Retno Yustini WP, M.Si selaku pembimbing dua.
4. Seluruh dosen dan staf administrasi Program M.Si Manajemen yang telah membimbing dan membantu dalam penyelesaian studi.
5. Suami tercinta yang telah memberikan dukungan semangat dan doa hingga terselesaikannya tesis ini.

6. Ayah, Ibu dan adik yang memberikan dukungan moral.
7. Rekan-rekan kelas M.Si atas masukan dan diskusinya
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Semoga Allah SWT selalu memberikan Taufik, Hidayah dan Inayah serta menunjukkan yang terbaik dan membalas kebaikan yang telah diberikan dan membalasnya dengan kebaikan pula yang berlipat ganda. Dengan segala kerendahan hati, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi yang berkepentingan.

Semarang, Maret 2006

Rahayu N. Rachmawati

## ABSTRAK

Mengingat pentingnya karakteristik perusahaan, karakteristik produk, karakteristik industri dan karakteristik pasar ekspor serta strategi pemasaran dalam mempengaruhi kinerja ekspor maka kinerja UKM Tekstil dan Produk Tekstil (TPT) Jawa Tengah dirasa relevan untuk ditinjau dari sudut pandang ini. Objek penelitian ini adalah UKM TPT yang beroperasi di Surakarta, Pekalongan dan Semarang dan sekitarnya. 27 UKM TPT beroperasi di Surakarta, 6 di Pekalongan dan 30 di Semarang. Sehingga secara keseluruhan didapatkan jumlah populasi sebanyak 63 UKM. Dari 63 UKM yang beroperasi di Jawa Tengah, hanya 35 UKM dapat dihubungi dan mau berpartisipasi dalam penelitian sedangkan lainnya tidak dapat dihubungi akibat alamat yang berpindah dan tidak berkenan untuk berpartisipasi. Penelitian ini menggunakan aplikasi regresi berganda, sederhana dan *path analysis* untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

Berdasar hasil analisis, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil uji hipotesis satu disimpulkan bahwa strategi pemasaran tidak terbukti sebagai variabel yang memediasi pengaruh karakteristik perusahaan terhadap kinerja ekspor. Hal ini dikarenakan penetapan strategi pemasaran ekspor yang tidak dilakukan berdasarkan pada karakteristik perusahaan namun lebih menekankan konteks ekspor yang didasarkan pada karakteristik produk dan karakteristik industri. (2) Berdasarkan hasil uji hipotesis dua diketahui karakteristik produk berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran ekspor. Sehingga dapat dimaknai bahwa karakteristik produk mempengaruhi perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran (*offensive* atau *defensive*). (3) Dari hasil uji hipotesis tiga diketahui karakteristik industri berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran ekspor. Dari hasil ini dapat dimaknai bahwa struktur industri merupakan determinan penting strategi perusahaan. (4) Dari hasil uji hipotesis empat diketahui karakteristik pasar ekspor berpengaruh signifikan terhadap strategi pemasaran ekspor. Sehingga disimpulkan bahwa UKM tekstil dan produk tekstil Jawa Tengah memiliki pengetahuan yang cukup mengenai situasi pasar ekspor sehingga mempertimbangkan situasi pasar ekspor sebagai salah satu faktor penting dalam menetapkan strategi persaingan. (5) Dari hasil uji hipotesis lima diketahui strategi pemasaran ekspor terbukti berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja ekspor. Hasil ini membuktikan bahwa bahwa konsekuensi dari formulasi dan implementasi dari sebuah strategi pemasaran adalah tercapainya tujuan secara lebih baik.

*Kata Kunci: Karakteristik perusahaan, karakteristik produk, karakteristik pasar ekspor, karakteristik industri dan strategi pemasaran ekspor.*

## ABSTRACT

Due to the significant rule of firm characteristic, product characteristic, industry characteristic and export market characteristic on export performance, it is relevant to test export performance of Textile and Textile Product of Central Java Small Scale Industry. Object of the study is small scale industries which are operating on Surakarta, Pekalongan and Semarang and nearby. From 63 overall number of Central Java small scale industries, 27 of them are located on Surakarta, 6 on Pekalongan and 30 others located on Semarang and nearby. There are only 35 firms are willing to participating to fill the questioners. And to test the hypothesis the study is using linier regression and path analysis.

Based on analysis, this study gives recommendation as follows: (1) refer to the result of hypothesis 1 test, marketing strategy wasn't proofed as intervening variable of correlation between firms characteristic and export performance. (2) The second hypothesis shows that product characteristics positively significant influencing exports strategy. (3) The third hypothesis test shows that export marketing strategy is positively significant influenced by industry characteristic. Based on the fifth hypothesis test the study recommend that export marketing strategy positively influenced by export market characteristic. And the final hypothesis test shows that export market strategy is positively influenced by export market strategy.

*Key Words: Firms characteristics, Product characteristics, industry characteristics, export market characteristic, export marketing strategy.*

## DAFTAR ISI

|   | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN JUDUL .....                         | i       |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TESIS.....      | ii      |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                    | iii     |
| HALAMAN MOTTO .....                         | iv      |
| KATA PENGANTAR.....                         | v       |
| ABSTRACT.....                               | vii     |
| DAFTAR ISI.....                             | ix      |
| DAFTAR TABEL.....                           | x       |
| DAFTAR GAMBAR.....                          | xi      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                    |         |
| 1.1. Latar Belakang.....                    | 1       |
| 1.2. Pembatasan dan Perumusan Masalah ..... | 5       |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                 | 6       |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                | 7       |
| 1.4.1. Manfaat Praktis.....                 | 7       |
| 1.4.2. Manfaat Teoritis .....               | 7       |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>                |         |
| 2.1. Karakteristik Perusahaan.....          | 8       |
| 2.2. Karakteristik Produk.....              |         |
| 2.3. Karakteristik Industri.....            | 14      |



|                                    |   |    |
|------------------------------------|---|----|
| 2.4.                               | Karakteristik Pasar Ekspor .....                                  | 14 |
| 2.5.                               | Strategi Pemasaran .....  | 19 |
| 2.6.                               | Kinerja Ekspor.....   | 23 |
| 2.7.                               | Pengertian UKM.....   | 23 |
| 2.8.                               | Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja UKM<br>di Indonesia ..... | 24 |
| 2.9.                               | Review Penelitian Terdahulu .....                                 | 26 |
| 2.10.                              | Kerangka Pikir Penelitian.....                                    | 37 |
| 2.11.                              | Hipotesis.....  | 38 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>   |   |    |
| 3.1.                               | Lokasi dan Objek Penelitian.....                                  | 39 |
| 3.2.                               | Populasi dan Sampel.....  | 39 |
| 3.3.                               | Metode Pengumpulan Data .....                                     | 40 |
| 3.4.                               | Uji Instrumen.....  | 41 |
| 3.5.                               | Teknik Analisis.....  | 44 |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> |   |    |
| 4.1.                               | Gambaran Umum Responden.....                                      | 48 |
| 4.2.                               | Deskripsi Identitas UKM.....                                      | 49 |
| 4.2.1.                             | Sampel Dikelompokkan Berdasarkan Jumlah<br>Karyawan .....         | 49 |
| 4.2.2.                             | Sampel Dikelompokkan Berdasarkan Jumlah<br>Modal .....            | 50 |
| 4.2.3.                             | Sampel Dikelompokkan Berdasarkan Produk .                         | 50 |

|  |    |
|--|----|
| 4.2.4. Sampel Dikelompokkan Keuntungan Dari Ekspor                       | 51 |
| 4.3. Statistik Diskriptif Variabel Penelitian.....                       | 52 |
| 4.3.1. Statistik Diskriptif Variabel Kinerja.....                        | 53 |
| 4.3.2. Statistik Diskriptif Variabel Karakteristik<br>Perusahaan .....   | 54 |
| 4.3.3. Statistik Diskriptif Variabel Karakteristik Produk                | 55 |
| 4.3.4. Statistik Diskriptif Variabel Karakteristik Industri              | 57 |
| 4.3.5. Statistik Diskriptif Variabel Karakteristik Pasar<br>Ekspor ..... | 57 |
| 4.3.6. Statistik Diskriptif Variabel Strategi Pemasaran<br>Ekspor .....  | 59 |
| 4.4. Uji Regresi.....  | 60 |
| 4.5. Uji Hipotesis.....  | 60 |
| 4.6. Pembahasan dan Implikasi Manajerial.....                            | 62 |
| <b>BAB V PENUTUP</b>   |    |
| 5.1. Kesimpulan.....   | 66 |
| 5.2. Keterbatasan Penelitian.....  | 67 |
| 5.3. Rekomendasi Penelitian Lanjutan .....                               | 68 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

|   | Halaman |
|---|---------|
| Tabel 3.1 : Ringkasan Variabel dan Indikator Penelitian.....                          | 41      |
| Tabel 3.2 : Hasil Uji Validitas Instrumen.....  | 42      |
| Tabel 3.3 : Hasil Uji Reliabilitas Angket.....  | 44      |
| Tabel 4.1 : Deskripsi Populasi Penelitian.....  | 48      |
| Tabel 4.2 : Jumlah Karyawan.....  | 48      |
| Tabel 4.3 : Jumlah Modal Kerja.....   | 50      |
| Tabel 4.4 : Produk Yang Dihasilkan.....   | 51      |
| Tabel 4.5 : Keuntungan Yang Dihasilkan.....   | 51      |
| Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kinerja Ekspor                      | 53      |
| Tabel 4.7 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Karakteristik<br>Perusahaan.....    | 54      |
| Tabel 4.8 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Karakteristik<br>Produk.....        | 56      |
| Tabel 4.9 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Karakteristik<br>Industri.....      | 57      |
| Tabel 4.10 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Karakteristik<br>Pasar Ekspor..... | 58      |
| Tabel 4.11 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Strategi<br>Pemasaran Ekspor.....  | 59      |
| Tabel 4.15 : Ringkasan Hasil Regresi .....  | 60      |
| Tabel 4.16 : Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....                                      | 61      |

## DAFTAR GAMBAR

|  | Halaman |
|--|---------|
| Gambar 2.1 : Kerangka Pikir Penelitian.....                    | 30      |
| Gambar 3.1. : Hubungan Antar Variabel dalam Path Analysis..... | 46      |



