

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PERUSAHAAN YANG MEMPENGARUHI
KINERJA EKSPOR
(Studi Kasus Perusahaan Ekspor Di Provinsi Lampung Model Komparasi)**

Andy Fitriyadi Dharma Tilaar

STIE Gentiara Bandar Lampung

ABSTRACT

Globalization will bring opportunities for the companies to enter foreign market. However, to success in that kind of market it will depends on some factors. This study try to find out what factors basically contribute to the success of companies in Lampung in entering international market. Using twenty seven companies that involved in exporting activities in Lampung, the study found out that statistically internal and external factors do have contribute to the firms's export performance. Moreover, this study among others conclude that government should play their roles in creating conducive atmosphere for the business sectors by reducing high cost economy. Limitations, suggestions and implication of this research are also discussed

Key words: international business, export performance, developing countries

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peranan perdagangan luar negeri dalam proses pembangunan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung adalah dapat meningkatkan pendapatan, membuka kesempatan kerja, meningkatkan penghasilan devisa, mentransfer modal dan teknologi dari luar negeri, dan dapat mengembangkan industri baru didalam negeri atau usaha industrialisasi (Mughtar et al,1992). Disamping itu, perdagangan luar negeri juga menyebabkan terjadinya perubahan dari beberapa variabel dalam sektor ekonomi yang akan mendorong laju pertumbuhan ekonomi negara tersebut (Masrizal, 1993).

Salah satu bentuk perdagangan luar negeri tersebut adalah ekspor, dimana ekspor memainkan peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi, terutama bagi negara-negara berkembang. Industri ekspor merupakan sektor yang menjadi landasan bagi perkembangan produktifitas, kemudian produktifitas ini berangsur-angsur menjalar keseluruh sektor ekonomi.

Perkembangan ekspor ini menjadi bagian utama dari substansi 2 perspektif ekonomi yakni, perspektif ekonomi makro, dimana kegiatan ekspor memungkinkan ekonomi nasional menjadi lebih baik untuk memperbesar cadangan valuta asing, menyediakan lapangan kerja, menciptakan *backward* dan *forward linkages*, dan akhirnya mencapai sebuah standar hidup yang lebih tinggi (Czinkota, Rivoli, Ronkainen,1992). Sedangkan dari perspektif mikro, kegiatan ekspor dapat memberikan sebuah *competitive advantage* bagi perusahaan individual, meningkatkan posisi financial perusahaan, meningkatkan kegunaan kapasitas, dan menaikkan standar teknologi (Terpstra dan Sarathy,1994).

Dalam melakukan kegiatan ekspor ini, suatu perusahaan dapat melakukan transfer barang dan jasa melewati batas-batas negara dimanapun yang merupakan tujuan dari ekspor perusahaan tersebut. Kegiatan ekspor juga mempertimbangkan persoalan pasar luar negeri, terutama diantaranya perusahaan kecil dan menengah, yang akan mengurangi resiko bisnis, dimana komitmen terhadap sumber daya yang sedikit dan tingginya fleksibilitas aksi yang ditawarkan (Young et al, dalam Leonidou, 1996).

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi perusahaan ekspor di Lampung selama ini dalam mendorong perdagangan ekspornya. Dalam hal ini, penulis melakukan penelitian yang menganalisa tentang faktor-faktor perusahaan yang mempengaruhi kinerja ekspor Di Lampung.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan di Lampung dalam melakukan ekspor.
2. Bagaimanakah pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari permasalahan diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melihat faktor yang mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan di Lampung.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing faktor tersebut terhadap kinerja ekspor perusahaan di Lampung.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah kegiatan perdagangan barang-barang dan jasa, yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan penduduk negara lain. Perdagangan luar negeri timbul karena pada hakekatnya tidak ada satupun negara didunia ini yang dapat menghasilkan semua barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan seluruh penduduknya (Deliarnov,1995).

Teori Keunggulan Absolut (Keunggulan Mutlak) dari Adam Smith mengemukakan bahwa setiap negara akan melakukan spesialisasi terhadap dan ekspor suatu jenis barang tertentu, dimana negara tersebut memiliki keunggulan absolute (*absolute advantage*), dimana tidak memproduksinya lebih efisien dibandingkan negara lain. Teori ini menekankan efisiensi dalam penggunaan inputnya, misalnya tenaga kerja, didalam proses produksi sangat menentukan keunggulan atau tingkat daya saingnya. Tingkat daya saing ini diukur berdasarkan nilai tenaga kerja yang sifatnya homogen (Boediono,1994).

Menurut Teori Keunggulan Komparatif dari Mill (dalam Boediono, 1994) beranggapan bahwa suatu negara akan mengkhususkan diri pada ekspor barang tertentu bila negara tersebut memiliki keunggulan komparatif (*comparative advantage*) terbesar, dan akan mengkhususkan diri pada impor barang bila negara tersebut memiliki kerugian komparatif (*comparative disadvantage*). Teori ini pada dasarnya menyatakan bahwa nilai suatu barang ditentukan oleh banyaknya tenaga kerja yang dicurahkan untuk memproduksi barang tersebut. Makin banyak yang dicurahkan untuk memproduksi suatu barang, makin mahal barang tersebut (Nopirin, 1991).

Sedangkan teori modern tentang perdagangan internasional menurut Hecksher dan Ohlin adalah faktor proporsi menyatakan bahwa perbedaan dalam *opportunity cost* suatu negara dengan negara lain karena adanya perbedaan faktor produksi yang dimilikinya (Boediono.1994). Teori ini menyatakan bahwa suatu negara akan mengekspor barang-barang yang lebih intensif dalam faktor-faktor yang berlebih. Oleh karena itu, teori ini menekankan peranan yang saling berkaitan antara bagian-bagian dimana faktor-faktor yang berbeda dalam produksi dapat diperoleh diberbagai negara dan proporsi-proporsi dimana mereka dipergunakan dalam memproduksi berbagai macam-macam barang (Hadis,1996).

Kemudian teori Hecksher-Ohlin ini disempurnakan oleh Samuelson yang banyak mempopulerkan dan mengembangkan teori ini. Sehingga lebih dikenal dengan teori perdagangan

modern Heckscher-Ohlin-Samuelson (H-O-S). Teori ini menyatakan bahwa suatu negara akan mengekspor barang yang menggunakan faktor produksi yang relatif berlimpah secara intensif, dan mengimpor barang yang menggunakan faktor produksi secara intensif dimana barang tersebut relatif langka. Berdasarkan teori ini suatu negara akan mendapatkan manfaat dari perdagangan internasional yaitu meningkatnya kesejahteraan (*welfare*) penduduknya (Bachtiar,1990).

Sedangkan Porter (dalam Simamora, 2000) mengemukakan tesis bakunya yang dikenal dengan "*Berlian Porter*" bahwa terdapat empat atribut dari sebuah negara yang membentuk lingkungan dimana didalamnya perusahaan-perusahaan lokal bersaing. Dia menyebutkan bahwa perusahaan-perusahaan besar kemungkinan untuk berjaya dalam industri atau segmen dimana berliannya paling menguntungkan. Keempat atribut tersebut saling mengukuhkan satu sama lain. Disamping itu, Porter dalam Simamora (2000), juga menunjuk ada dua variabel tambahan yang mempengaruhi berlian nasional yaitu perubahan dan pemerintah. Keempat atribut tersebut dapat mempromosikan atau menyumbat penciptaan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*).

2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor

2.2.1 Faktor Eksternal

2.2.1.1 Kebijakan Pemerintah

Perkembangan ekspor dipengaruhi strategi yang dipilih oleh negara berkembang dalam melaksanakan industrialisasi. Bagi negara yang berorientasikan ekspor, ia akan mengekspor berdasarkan prinsip "*comparative advantage*" (keunggulan komperatif), yaitu mengatakan suatu negara akan cenderung untuk memproduksi lebih banyak barang-barang yang proses produksinya relatif lebih efisien dan mengekspornya pada gilirannya menukarkannya dengan barang-barang lain yang memiliki keunggulan relatif lebih sedikit (Lindert,1993).

Rintuh (1995) menjelaskan intervensi pemerintah dalam perekonomian dilakukan untuk meningkatkan pengeluaran pemerintah. Peranan pemerintah dalam meningkatkan ekspornya hendaknya mendapat respon dari pihak perusahaan. Keadaan ini dapat menggairahkan mereka untuk melakukan peningkatan usahanya untuk memasuki pasar internasional. Hal ini terlihat semenjak Indonesia merubah kebijakan perdagangan luar negerinya dari substitusi impor ke tahap promosi ekspor dengan menerbitkan sejumlah paket deregulasi.

2.2.1.2 Sosial Budaya

Lingkungan sosial budaya perlu mendapat perhatian yang baik dari perusahaan. Karena setiap negara memiliki kultur sosial budaya yang berbeda satu sama lainnya. Perbedaan ini hendaknya bisa dijadikan suatu peluang yang baik bagi perusahaan dalam menjual produknya. Dengan memahami kultur, nilai dan sikap, bahasa, kebiasaan dan tata krama negara tujuan dengan baik setidaknya memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam memperlancar produknya memasuki pasar negara tersebut (Simamora,2000).

2.2.1.3. Politik

Ditinjau dari segi perspektif ekonomi industri, faktor politik dapat menjadi penghalang dalam melakukan ekspor kesuatu negara. Begitu juga dengan undang-undang yang berlaku pada suatu negara dapat menjadi penghalang perdagangan internasional. Misalnya kebijakan tariff yang diterapkan oleh suatu negara akan meningkatkan harga jual suatu produk, sehingga sulit bersaing dengan produk lainnya (Baldauf etal.,2000). Untuk itu, perusahaan perlu hati-hati dalam memasuki pasar dalam suatu negara. Sebab, setiap negara memiliki kontrol terhadap perdagangan asing yang masuk kenegaranya.

2.2. 2 Faktor Internal

Karakteristik perusahaan lebih mudah dikontrol oleh pihak manajemen perusahaan dibandingkan dengan faktor lingkungan. Karakteristik perusahaan akan menentukan keunggulan

komparatif perusahaan. Karakteristik perusahaan terdiri dari ukuran perusahaan, pengalaman ekspor, kemampuan dalam perdagangan internasional, hal ini akan mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan tersebut. Hasil studi menunjukkan bahwa kinerja ekspor yang tinggi sangat dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan (Baldauf et al. 2000).

2.2.2 1 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mempengaruhi alokasi sumber, kapasitas produksi dan skala ekonomi, kesemuanya ini mempunyai hubungan positif dengan kinerja ekspor. Hal ini juga dapat dikatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi kinerja ekspornya. Ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari jumlah tenaga kerjanya, siklus produk maupun total penjualan ekspornya. Menurut Schlegelmilch (1988) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki tenaga kerja kurang dari 300 orang kurang berminat dalam melakukan kebijakan ekspor.

2.2.2 2 Pengalaman Ekspor

Disamping ukuran perusahaan, kinerja ekspor juga ditentukan oleh pengalaman perusahaan dalam kegiatan ekspor, dimana semakin berpengalaman suatu perusahaan dalam kegiatan ekspor maka kinerjanya juga semakin tinggi. Kotabe dan Cankota (Ross and Michael, 1999) menyatakan bahwa untuk meningkatkan pengalaman eksportir, tingkat keahlian mereka saja tidak mencukupi, makanya perlu dipertimbangkan lagi secara jernih keahlian khusus yang memerlukan survey bagi eksportir.

2.2.2. 3 Motif Proaktif

Motif dari pihak manajemen sangat mempengaruhi kinerja ekspor suatu perusahaan. Motif manajemen ini terdiri dari dua bagian, yaitu motif proaktif dan motif reaktif. Motif proaktif adalah rangsangan keterlibatan dalam aktivitas perdagangan internasional, hal ini disebabkan oleh besarnya permintaan terhadap produk ekspor di negara - negara industri. Biasanya produk yang diekspor merupakan komoditi primer.

2.2.2. 4 Motif Proaktif

Sedangkan motif reaktif adalah usaha perusahaan dalam merespon perubahan lingkungan, misalnya laba, kekhasan produk, pajak dan biaya produksi (Baldauf, et al, 2000). Motif ini lebih dilandasi oleh kelebihan produksi perusahaan dimana melakukan perdagangan ekspor disebabkan oleh telah terpenuhinya pasar domestik. Menurut Pavord dan Bogard (Schlegelmilch,et al, 1988) menyimpulkan bahwa motif dasar untuk mengekspor adalah telah dipenuhinya pasar domestik dan menghasilkan perhatian manajer senior mengenai penurunan penjualan domestik. Sedangkan Simpson (Schlegelmilch,et al, 1988) menemukan bahwa tindakan melakukan ekspor merupakan sebagai alat untuk meningkatkan keuntungan ketika terjadinya permintaan domestik mengalami penurunan.

2.2.2 5 Strategi Efisiensi Biaya

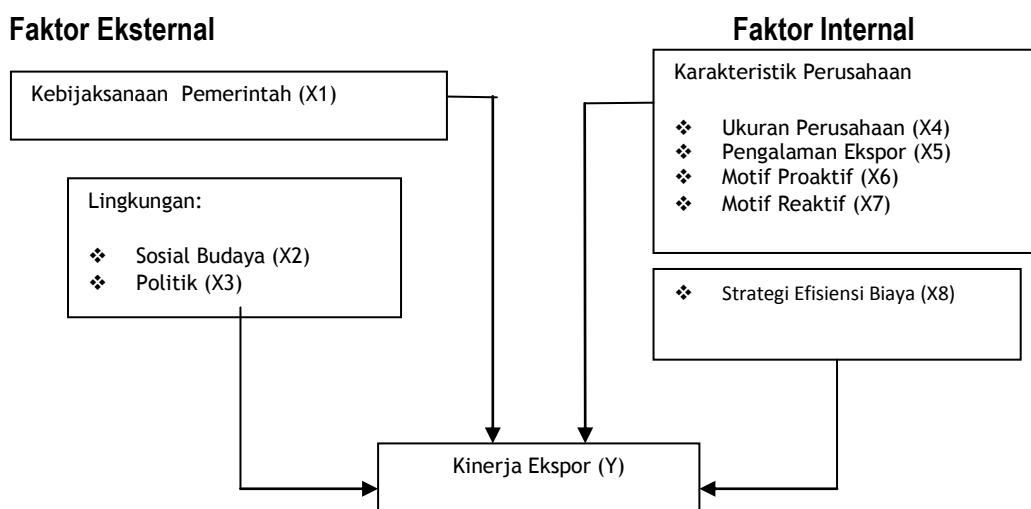
Menurut Porter (1994) mengemukakan ada tiga pilihan strategi generik yang sering digunakan oleh suatu bisnis, yakni : differensial, cost leadership dan fokus. Strategi menekan biaya produksi (cost leadership) mengharuskan perusahaan untuk menekan biaya serendah mungkin dengan cara meningkatkan efisiensi operasi atau kualitas produk. Keunggulan biaya merupakan satu dari dua jenis keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang berorientasi ekspor dapat mencapai dan mempertahankan keseluruhan keunggulan biaya maka perusahaan akan memiliki kinerja diatas rata-rata dalam industrinya dengan asumsi dapat menguasai harga rata-rata industri (Porter,1994).

3. METODE PENELITIAN

3.1 Kerangka Teori

Adapun yang menjadi fokus dari kajian ini dilihat dari dua faktor yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor eksternal terdiri dari kebijaksanaan pemerintah, sosial budaya, dan politik. Sedangkan dari faktor internal terdiri dari ukuran perusahaan, pengalaman ekspor, motif proaktif, motif reaktif dan strategi efisiensi biaya. Kedua faktor ini merupakan independent dari penelitian ini. Untuk dependent variabelnya adalah kinerja perusahaan.

Keterkaitan antara faktor eksternal dan faktor internal perusahaan mempengaruhi kinerja ekspor yang terdapat di Lampung. Dari semua variabel dari faktor eksternal dan internal ini, perusahaan di Lampung dapat mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kinerjanya selama ini. Hal ini bisa dilihat dari model penelitian dibawah ini.



Sumber : Baldauf, Arthur, et al (2000)

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang telah melakukan perdagangan ekspor ke pasar internasional yang ada di Lampung, dimana jumlahnya sebanyak 50 perusahaan (Depperindag, 2003). Karena populasi yang akan diteliti relatif terbatas, maka peneliti mengambil seluruh populasi untuk diteliti sebagai objek penelitian.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan ini digunakan data primer dan sekunder. Data primer digunakan untuk membantu proses penelitian ini melalui media wawancara dengan pimpinan perusahaan yang mempengaruhi dalam proses pengambilan keputusan perusahaan. Kuisisioner perusahaan secara garis besar terbagi atas 4 bagian. Bagian 1 meliputi Identitas perusahaan. Bagian 2 meliputi identitas Responden. Sedangkan bagian 3 meliputi pertanyaan tentang Faktor Eksternal, yang terdiri dari Kebijakan Pemerintah, Sosial Budaya, dan Politik. Bagian 4 merupakan pertanyaan terhadap Faktor Internal yang meliputi : Ukuran Perusahaan, Pengalaman Ekspor, Motif proaktif, Motif Reaktif dan Strategi Efisiensi Biaya. Untuk Data sekunder didapat dengan mempelajari perdagangan ekspor perusahaan yang ada di Lampung. Disamping itu data yang relevan dalam membantu penelitian ini dari berbagai instansi, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Departemen Perindustrian dan Perdagangan, Gabungan Perusahaan Ekspor Indonesia (GPEI) Cabang Padang dan buku-buku, jurnal, tulisan dan karya ilmiah yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4 Hipotesis

Dari penelitian ini diajukan hipotesis sebagai berikut:

“Adanya pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap Kinerja ekspor perusahaan di Lampung”

3.5 Pengukuran variabel

Penelitian ini menggunakan metode pengukuran pengisian secara sendiri dengan menggunakan beberapa pertanyaan secara langsung dengan responden dengan skala dummy. Sedangkan untuk pertanyaan motif proaktif, motif reaktif dan strategi menggunakan skala likert. Dimana responden diminta untuk memberi rangking tiap pertanyaan yang diajukan dari sangat tidak setuju (1) sampai dengan sangat Setuju (4).

3.6 Pembentukan Model

Berdasarkan pengujian hipotesis diatas, menggunakan model regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + b_6 X_6 + b_7 X_7 + b_8 X_8$$

Dimana :

Y = Rasio Penjualan Ekspor / domestik Perusahaan

X1 = Kebijakan Pemerintah.

X2 = Sosial Budaya.

X3 = Politik

X4 = Jumlah tenaga kerja

X5 = Lamanya Melakukan Perdagangan Ekspor

X6 = Motif Proaktif.

X7 = Motif Reaktif

X8 = Efisiensi Biaya

3.7 Metode Analisa

1. Pengujian secara Individu (Uji t)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel dependen secara individu terhadap variabel dependen

2. Pengujian Berganda (Uji F)

Adapun uji ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel-variabel Independen secara bersama terhadap variabel Dependen.

4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan perusahaan berdiri sebageian besar kurang dari 20 tahun, sisanya diatas 20 tahun. Hal ini memperlihatkan bahwa perusahaan sampel telah cukup lama berdiri. Bila dilihat dari pengalaman ekspornya, sebagian besar perusahaan telah berpengalaman dalam berkecimpung di pasar ekspor. Ini terlihat sebagian besar telah melakukan ekspor diatas 10 tahun. Dari jumlah tenaga kerja sebanyak 23 perusahaan memiliki tenaga kerja kurang dari 200 orang, sisanya 4 perusahaan memiliki jumlah tenaga kerja diatas 200 orang. Ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan ekspor di Lampung masih tergolong relatif kecil. Ini tidaklah beralasan dengan melihat produk ekspor Lampung sendiri yang sebageian besar merupakan komoditi primer, seperti karet, sawit, damar, gambir, cassiavera, dan pinang. Sedangkan kalau dari penggunaan teknologi oleh perusahaan masih secara tradisonal dan belum maju, hanya beberapa perusahaanaan yang sudah berskala besar saja yang memiliki teknologi yang modern.

4.2 Analisa Faktor-faktor Perusahaan Yang Mempengaruhi Kinerja Ekspor

Pengujian dengan regresi berganda ini dimaksudkan untuk mengetahui gambaran kinerja ekspor terhadap faktor eksternal dan faktor internal yang mempengaruhi perusahaan dalam melakukan ekspor. Pengujian ini dilakukan dengan memakai uji t dan uji F yang nantinya akan terlihat gambaran hasil regresi baik secara parsial maupun simultan terhadap kinerja ekspor. Sehingga dari model diperoleh besarnya pengaruh masing-masing variabel baik eksternal maupun internal yang mempengaruhi kinerja ekspor di Lampung.

4.2.1 Uji T (Uji Parsial)

Dari hasil pengujian regresi diperoleh hasil koefisien determinasinya (R^2) sebesar 0,561. Bila dilihat dari hasil korelasi tidak satupun variabel yang berada diatas hasil t hitung. Hal ini menunjukkan bahwa pengujian model regresi hanya dilakukan satu kali pengulangan saja. Ini mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi syarat dimana tidak ada satupun variabel independent yang dikeluarkan dari model. Selanjutnya adalah melihat besarnya nilai t hitung terhadap t tabel. Adapun kriteria yang dikemukakan adalah apabila H_0 diterima jika t hitung < t tabel. Sebaliknya H_0 akan ditolak apabila t hitung > t tabel. Dalam analisa ini nilai t tabel ($\alpha/2, n-2$) (0,025, 25) adalah 2,060. Jika dilihat dari hasil t tabel dan dengan membandingkan dengan seluruh t hitung dari masing-masing variabel independent, ternyata lebih kecil dari pada nilai t tabel kecuali variabel politik (X3) yaitu sebesar 2,671 > 2,060. Ini menunjukkan bahwa hanya variabel politik saja yang mempengaruhi kinerja ekspor dari persamaan model regresi yang ada. Sedangkan variabel lain tidak mempengaruhi. Secara keseluruhan hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Dari hasil hipotesis diatas menunjukkan bahwa secara partial variabel independen hanya satu variabel saja yang mempengaruhi yaitu variabel politik (X3). Sedangkan beberapa variabel seperti ukuran perusahaan (X4), pengalaman ekspor (X5), dan strategi efisiensi biaya (X8) memiliki nilai positif namun nilai t hitung yang diperoleh lebih kecil dari nilai t tabel. Untuk variabel kebijakan pemerintah (X1), sosial budaya (X2), motif proaktif (X6), motif Reaktif (X7) memiliki hasil yang negatif. Sehingga keempat variabel ini tidak mempengaruhi kinerja ekspor.

4.2.2 Uji F (Uji Simultan)

Selanjutnya dapat dilakukan pengujian secara simultan atau uji F untuk mengetahui apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel dependen (Algifari,2000). Yaitu dengan cara membandingkan antara nilai kritis F (F tabel) dengan F hitung yang terdapat dalam tabel Analisis of Variance dari hasil perhitungan. Adapun kriteria yang digunakan adalah H_0 diterima jika F hitung < F tabel dan apabila F hitung > F tabel hal ini berarti H_0 ditolak. Sedangkan dalam analisis ini F hitungnya adalah sebesar 2,873 sementara nilai F tabel adalah 2,51 dengan α 0,05 dengan derajat kebebasan sebesar (8,18) maka dari analisis tersebut ternyata nilai F hitung lebih besar dari pada F tabel. Hal ini membuktikan bahwa seluruh variabel independent secara bersama-sama sangat mempengaruhi variabel dependen. Untuk lebih mengetahui seberapa besar seluruh variabel independent dapat menjelaskan variabel dependen dilihat dengan koefisien determinasi (R^2). Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa seluruh variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dimana sebesar 56,1% dan sisanya sebesar 43,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model ini.

Untuk lebih rincinya dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independent terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kebijakan Pemerintah

Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kebijakan pemerintah memiliki pengaruh negatif dalam mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan, dimana koefisien regresi kebijakan tersebut adalah sebesar -63,502. Ini berarti jika terjadi peningkatan kebijakan pemerintah dalam membantu peningkatan kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung, maka akan mengalami penurunan

kinerja sebesar -63,502. Hal ini menunjukkan bahwa apa yang telah dilakukan oleh pemerintah selama ini dalam meningkatkan kinerja ekspor perusahaan memiliki hubungan yang negatif. Dengan demikian kebijakan yang telah dilakukan oleh pemerintah selama ini tidak mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan, bahkan cenderung menurunkan kinerja ekspor, meskipun secara uji partial kebijakan ini memiliki nilai t hitung yang tinggi, namun nilainya negatif. Bila dilihat dari hasil lapangan, ada beberapa perusahaan yang tidak pernah merasa mendapatkan bantuan dari pemerintah sampai saat ini. Disamping itu, banyak sekali terjadinya pungutan-pungutan liar yang sering perusahaan keluarkan selama ini selama proses produksi hingga penjualan ekspor. Selanjutnya, ada sebagian responden menganggap bahwa pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh pemerintah lebih merupakan suatu agenda rutin yang memberatkan perusahaan dimana terkadang proses pelatihan tersebut sepenuhnya dibiayai perusahaan. Sedangkan kebijakan pemerintah dalam memberikan pelatihan tidak memberi kontribusi yang berarti bagi peningkatan ekspor perusahaan. Hal inilah yang mungkin menyebabkan hasil t hitung variabel kebijakan pemerintah menjadi negatif atau tidak mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan di Lampung.

2. Sosial Budaya

Bila dilihat dari hasil regresi terhadap faktor sosial budaya ternyata memiliki hubungan yang negatif, dengan nilai t hitung hanya sebesar -0,613. Dari hasil koefisien regresi diperoleh bahwa peningkatan variabel sosial budaya akan mengurangi kinerja ekspor sebesar -31,787. Ini mengindikasikan bahwa pengaruh dari lingkungan sosial budaya tidaklah begitu berarti dalam kinerja ekspor perusahaan. Ini disebabkan lingkungan sosial budaya seperti kultur budaya negara tujuan, agama, dan penelitian terhadap sifat budaya dianggap bukanlah sebagai hal penting yang mempengaruhi kinerja ekspor dan terjalinnnya perdagangan ekspor perusahaan selama ini. Sehingga variabel sosial budaya ini tidak mempengaruhi kinerja ekspor di Lampung.

3. Kondisi Politik

Kondisi politik memiliki pengaruh positif bagi peningkatan kinerja ekspor perusahaan. Hal ini bisa dilihat dari hasil pengujian empiris sebesar 146,392, dimana mempengaruhi kinerja ekspor. Hasil ini mengindikasikan bahwa jika keadaan stabil saja, maka kondisi politik meningkatkan kinerja ekspor perusahaan sebesar 146,392. Dengan demikian kondisi politik tidak dapat dipisahkan begitu saja pengaruhnya terhadap perdagangan ekspor suatu negara/ daerah, dimana stabil tidaknya kondisi politik membuat kinerja ekspor perusahaan bergantung padanya.

Dengan stabilnya kondisi politik akan berdampak pula dengan nilai tukar. Bila terjadi penurunan nilai mata uang dalam negeri dapat membuat terjadi penurunan harga bagi komoditi dalam negeri dalam pandangan konsumen luar negeri, begitu juga sebaliknya. Ini disebabkan ada sebagian perusahaan yang telah terikat kontrak dalam melakukan ekspor yang dimana sangat dipengaruhi oleh nilai tukar.

4. Ukuran Perusahaan

Dari hasil penelitian terdahulu diperoleh bahwa ukuran perusahaan sangat mempengaruhi kinerja ekspornya. Semakin besar ukuran perusahaan akan semakin tinggi kinerja ekspornya, dimana penelitian Schlegelmilch (1988) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki tenaga kerja kurang dari 300 orang kurang berminat dalam melakukan kebijakan ekspor.

Dari hasil penelitian diperoleh hubungan yang positif terhadap kinerja ekspor dimana koefisiennya sebesar 35,168. Dari hasil tersebut, jika terjadi penambahan tenaga kerja sebanyak 1 orang, maka akan terjadi penambahan kinerja ekspor sebesar 35,168. Ini menunjukkan bahwa semakin besar jumlah tenaga kerja yang dimiliki maka akan semakin besar keinginan perusahaan untuk meningkatkan kinerja ekspornya. Hal ini dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki tenaga kerja lebih besar cenderung untuk turut serta dalam perdagangan ekspor. Kemungkinan ini disebabkan bahwa perusahaan memandang perdagangan ekspor merupakan langkah yang tepat

untuk dapat bersaing didalamnya dalam memasarkan produk perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja ekspornya dengan kapasitas tenaga kerja yang dimiliki.

5. Pengalaman Ekspor

Pengalaman ekspor disini dilihat dari lamanya suatu perusahaan berkecimpung didalam perdagangan ekspor. Dari hasil pengolahan data diperoleh bahwa variabel pengalaman ekspor memiliki hubungan yang positif dengan koefisien sebesar 36,317. Jika terjadi penambahan pengalaman ekspor 1 tahun, maka terjadi peningkatan kinerja ekspor sebesar 36,317. Dengan demikian perusahaan yang telah lama berkecimpung dalam perdagangan ekspor di Lampung telah memiliki kinerja yang lebih tinggi dalam pasar internasional. Ini bisa dilihat dari jumlah tahun perusahaan melakukan perdagangan ekspor di Lampung rata-rata diatas 10 tahunan. Sehingga semakin berpengalaman ekspor suatu perusahaan akan semakin meningkatkan kinerja ekspornya.

6. Motif Proaktif

Motif proaktif adalah suatu rangsangan atas keterlibatan aktivitas perusahaan dalam melakukan ekspor yang dipengaruhi oleh adanya ketersediaan pasar. Hal inilah yang mendasari perusahaan untuk terjun kedalam pasar ekspor. Dari penelitian diperoleh hampir seluruh perusahaan yang ada di Lampung memilih motif ini dalam melakukan ekspornya. Ini disebabkan produk yang diekspor merupakan komoditi primer dan industri dimana permintaan terhadap produk tersebut besar dari negara-negara Eropa, Asia, dan Amerika. Sedangkan permintaan terhadap komoditi primer yang besar membuat perusahaan melakukan ekspor produk primer dan industrinya hampir secara keseluruhan dari total penjualan perusahaan.

Dari hasil pengujian diperoleh koefisien regresi sebesar -33,829. Ini menunjukkan bahwa setiap terjadi 1 kali peningkatan motif proaktif, maka akan mengurangi kinerja ekspor sebesar -33,829. Ini menunjukkan bahwa motif proaktif yang diambil oleh perusahaan dapat mempengaruhi pengurangan kinerja ekspor perusahaan. Hal ini terjadi sebagai akibat tidak terdapatnya industri pengolahan terhadap komoditi primer yang diekspor yang membuat terjadinya penurunan setiap terjadinya permintaan akan produk oleh pasar ekspor.

Disamping itu, ada kemungkinan disebabkan oleh rendahnya mutu produk ekspor tersebut yang disebabkan oleh teknologi yang sederhana dan tradisional, dan belum adanya standar yang baku terhadap mutu produk pada beberapa produk komoditi primer, seperti damar, gambir, dan cassiavera. Adanya ketergantungan terhadap siklus panen yang tidak menentu karena budi daya yang masih tradisional, yang nantinya berpengaruh terhadap kapasitas produksi produk.

7. Motif Reaktif

Motif reaktif merupakan suatu respon yang diambil perusahaan dalam meningkatkan kinerja ekspornya. Motif ini diambil sebagai langkah untuk melakukan penjualan produk sebagai akibat kelebihan produksi. Dari hasil di lapangan hanya beberapa perusahaan saja yang melakukan hal tersebut. Umumnya mereka memproduksi untuk memenuhi pasar domestik terlebih dahulu, kelebihan produksi yang membuat perusahaan melakukan ekspor.

Dari hasil pengujian didapat koefisien sebesar -49,289 yang menyatakan bahwa setiap penambahan satu kali saja akan mengakibatkan pengurangan kinerja ekspor sebesar -49,289. Ini memperlihatkan bahwa semakin banyak perusahaan yang melakukan motif ini akan semakin menurunkan kinerjanya. Dengan demikian kebijakan yang telah dilakukan perusahaan untuk memenuhi pasar domestik sudah benar, karena kebijakan itu memberikan keuntungan yang lebih besar bila dibandingkan dengan melakukan ekspor. Ini disebabkan komoditi yang diekspor oleh perusahaan memiliki pangsa pasar yang signifikan di dalam negeri, dimana lebih efisien dan menguntungkan dalam melakukan penjualan bagi kebutuhan domestik dibandingkan ekspor.

8. Strategi Efisiensi Biaya

Strategi efisiensi biaya merupakan salah satu dari tiga strategi yang ada dan biasa dipergunakan oleh perusahaan dalam melaksanakan kerjanya. Dengan melihat hasil koefisien sebesar 28,187, mengindikasikan bahwa setiap penggunaan strategi dalam melakukan perdagangan ekspor maka mengakibatkan terjadinya peningkatan kinerja sebesar 28,187. Ini memberikan gambaran bahwa strategi efisiensi biaya memiliki peran bagi peningkatan kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung. Perusahaan yang menggunakan strategi ini membuat peningkatan terhadap kinerja ekspor menjadi lebih baik lagi. Dengan demikian para eksportir di Lampung yang terdiri dari eksportir yang bersifat pengumpul dan produsen sudah menerapkan efisiensi biaya dalam pengoperasian perusahaan dalam menunjang kinerja ekspornya.

5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan menggambarkan bahwa struktur ekspor Lampung mencerminkan masih didominasi oleh produk primer. Hal yang sama juga terjadi pada negara tujuan ekspor yang masih dominan ke negara Amerika disusul dengan masyarakat Eropa. Selama orientasi keluar yang diberlakukan dalam perdagangan Lampung, telah membawa perkembangan yang pesat terhadap kegiatan ekspor Lampung. Ini membuktikan bahwa perdagangan internasional memberikan kontribusi yang nyata bagi peningkatan pendapatan daerah / negara.

Dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan eksportir yang ada di Lampung berlawanan dari hasil-hasil penelitian terdahulu, dimana faktor eksternal menjadi prediktor yang kuat dalam mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung. Hal ini mungkin tidaklah beralasan, dimana dilihat dari sisi komoditi yang di ekspor sampel perusahaan di Lampung sebagian besar merupakan komoditi primer dan industri berskala kecil dan menengah. Sedangkan dalam penelitian terdahulu merupakan industri berskala menengah dan besar yang sudah merupakan industri maju, baik dalam skalanya maupun komoditi yang dihasilkan. Disamping itu, penelitian ini memiliki lingkup sampel yang sangat kecil yaitu propinsi, sedangkan penelitian terdahulu memiliki lingkup suatu negara. Ini juga mempengaruhi terjadinya perbedaan kedua penelitian tersebut.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor Eksternal yang terdiri dari kebijakan Pemerintah dan Sosial budaya memiliki hubungan yang negatif terhadap kinerja ekspor perusahaan. Ini menunjukkan bahwa kebijaksanaan yang telah dilakukan oleh pemerintah dapat menghambat peningkatan kinerja ekspor perusahaan secara keseluruhan. Untuk sosial budaya, perbedaan kultur sosial, agama dan budaya setiap negara tidak mempengaruhi kinerja perusahaan dalam melakukan ekspor. Sedangkan untuk variabel Politik memiliki pengaruh dalam meningkatkan kinerja ekspor perusahaan. Ini membuktikan kestabilan politik dalam negeri ternyata mempengaruhi kinerja ekspor yang ada di Lampung. Sedangkan untuk faktor Internal yang terdiri dari Ukuran Perusahaan, Pengalaman Ekspor, Motif Proaktif, Motif Reaktif dan Strategi Efisiensi biaya ternyata Motif Proaktif dan Motif Reaktif memiliki hubungan yang negatif atau tidak mempengaruhi kinerja ekspor. Sedangkan untuk Ukuran Perusahaan, Pengalaman ekspor dan Strategi efisiensi biaya memiliki hubungan yang positif. Dari ketiga variabel internal perusahaan ini hendaknya perlu mendapatkan perhatian dalam upaya memperbaiki kinerja ekspor kedepan. Hal ini dikarenakan potensi internal yang dimiliki oleh perusahaan saat ini merupakan modal bagi pengembangan dan peningkatan kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung dalam memasuki perdagangan internasional ke depan.
2. Dari Hasil Pengolahan regresi diatas dengan menggunakan uji t (uji parsial) diperoleh bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi secara signifikan adalah Politik. Secara keseluruhan dari faktor Eksternal dan Faktor Internal diatas ditemukan bahwa faktor politik yang stabil dapat

meningkatkan kinerja ekspor perusahaan. Dengan demikian hanya faktor inilah yang mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan di Lampung. Sedangkan bila dilihat dari uji F (uji simultan) ternyata seluruh faktor yang ada baik eksternal maupun internal mempengaruhi kinerja perusahaan dalam melakukan ekspor di Lampung. Ini membuktikan bahwa persamaan model regresi pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya memiliki kesamaan secara keseluruhan mempengaruhi kinerja ekspor perusahaan. Meskipun penelitian ini membuktikan bahwa faktor eksternal lebih kuat dalam mempengaruhi kinerja ekspor berlawanan dengan penelitian terdahulu menghasilkan faktor internal yang mempengaruhi kinerja ekspor, namun secara umum perusahaan ekspor yang ada di Lampung sudah termasuk dalam advanced fase, dimana perusahaan telah melakukan ekspor secara teratur dengan secara bertahap tetap eksis dalam mempeluas pasar ekspornya di pasar Internasional.

5.2 Rekomendasi

Dari hasil penelitian empiris terdahulu menyimpulkan bahwa faktor internal merupakan prediktor yang kuat dalam mendorong perusahaan melakukan ekspor. Sedangkan faktor eksternal dianggap lemah dalam mempengaruhi perusahaan memasuki pasar internasional.

Dari hasil penelitian lapangan di Lampung, ditemukan bahwa terjadi perubahan fenomena yang terbalik dimana faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan untuk melakukan ekspor. Dari temuan empiris dapat memperlihatkan bahwa kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung di pengaruhi oleh faktor eksternal yaitu faktor politik. Untuk faktor internal perusahaan tidak ada yang mempengaruhinya. Ini disebabkan variabel internal memiliki hasil yang lebih kecil dari hasil uji partialnya terhadap kinerja ekspor. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin baik kinerja ekspor perusahaan yang ada di Lampung tidak terlepas dari faktor politik.

Sedangkan kebijaksanaan pemerintah tidak berpengaruh dalam mendorong kinerja ekspor perusahaan. Hal ini disebabkan apa yang telah dilakukan oleh pemerintah seperti memberikan pelatihan dan workshop dianggap mengganggu kinerja ekspor perusahaan. Ini disebabkan dengan keikutsertaan tenaga kerja akan mengurangi efektifitas kinerja perusahaan dan hasil pelatihan tidak begitu berarti bagi peningkatan ekspor. Dan lagi, perusahaan ekspor yang ada di Lampung merupakan pengeksport komoditi primer dimana terjadinya ekspor disebabkan oleh peningkatan permintaan terhadap produk yang begitu besar di pasar internasional untuk kebutuhan industri oleh negara-negara yang menjadi tujuan ekspor Lampung. selama ini.

Bila dilihat dari ukuran perusahaan, tenaga kerja yang dimiliki perusahaan relatif kecil dan sangat berbeda dari hasil penelitian terdahulu, dimana perusahaan akan melakukan ekspor jika memiliki jumlah tenaga kerja melebihi 300 orang. Untuk kasus di Lampung, jumlah tenaga kerja yang dimiliki rata-rata dibawah 100 orang. Inilah fenomena yang terjadi dengan ukuran perusahaan ekspor Lampung bila dibandingkan dengan sampel penelitian terdahulu ternyata lebih kecil. Disamping itu, lingkup penelitian ini masih daerah / propinsi, sedangkan penelitian terdahulu merupakan negara dimana perusahaan ekspornya berskala industri dan maju.

Untuk pengalaman ekspor, perusahaan Lampung sudah memiliki pengalaman dimana sebagian telah berkecimpung dalam pasar ekspor diatas 10 tahun lebih. Dengan pengalaman tersebut, perusahaan di Lampung sudah memiliki basic yang kuat dalam memasuki pasar internasional. Disamping itu, dengan pengalaman ini setidaknya sudah memiliki pasar ekspor tetap dalam melakukan perdagangan ekspor dan dapat memudahkan dalam memperluas pasar ekspornya

Dari hasil penelitian ini dapat diperoleh suatu gambaran tentang perdagangan ekspor Lampung selama ini terutama dilihat dari sisi perusahaannya, dimana ekspor Lampung masih sangat bergantung pada komoditi primer dan industri. Disamping itu, kinerja ekspor terjadi sebagai akibat meningkatnya jumlah permintaan produk komoditi primer dari negara industri, dan hanya beberapa saja yang melakukan ekspor berdasarkan kelebihan pasar domestik.

Adapun implikasi kebijakan yang perlu dilaksanakan dari hasil temuan empiris ini bagi peningkatan perdagangan ekspor adalah :

1. Pemerintah perlu memikirkan langkah yang tepat dalam meningkatkan kinerja ekspor perusahaan selama ini dengan terus menjaga kestabilan kondisi politik di dalam negeri. Karena dengan stabilnya kondisi politik dalam negeri dapat meningkatkan kinerja ekspor Lampung menjadi lebih baik lagi. Disamping itu, dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan dan perluasan ekspor Lampung kedepan.
2. Pemerintah hendaknya memperlancar sarana dan prasarana pelabuhan teluk bayur sebagai alat transportasi komoditas ekspor. Karna sejauh ini pelabuhan teluk bayur masih dirasakan kurang optimal sehingga banyak mendorong eksportir mengangkut komoditas ekspornya melalui pelabuhan lain yang berada diluar Lampung. Kelancaran pelabuhan akan mempercepat terbukanya pasar baru bagi pengembangan ekspor perusahaan. Hal ini akan berdampak pada peningkatan ekspor dan perluasan pasar ekspor Lampung kedepan.
3. Pemerintah perlu merubah pola kebijakan yang dilakukan selama ini, dimana bukan hanya ditujukan pada perusahaan saja sebagai pengeksportir tetapi lebih terarah dan langsung kesasaran utama yaitu petani sebagai ujung tombak dari produksi komoditi primer Lampung. Dengan mendorong kegiatan penelitian dan pengembangan diberbagai bidang dapat meningkatkan dan mengembangkan komoditi primer khususnya yang selama ini menjadi komoditi andalan ekspor Lampung. Disamping itu perlu menyediakan sarana dan prasarana mendukung, dan memperkenalkan teknologi yang modern dan tepat guna dalam peningkatan mutu dan kapasitas produksi komoditi primer tersebut. Sehingga produk ekspor Lampung tidak hanya dapat bersaing dari mutu / kualitasnya tetapi juga memiliki harga yang kompetitif dengan negara lain yang merupakan pengeksportir produk yang sama dalam pasar internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Act, Zoltan J. et al, (2001), "Enterpreneurship, Globalization, and Public Policy", *Journal of International Management* 7.
- Addo, Edward and Robert Marshall, (2000), "Ghana's Non Traditional Export Sector : Expectations", *Achievements and Policy Issues, Geoforum* 31hal 355-370.
- Algifari, (2000) " Analisa regresi, Teori, Kasus dan Solusi" Edisi II, BPFE Yogyakarta.
- Anshori, Muslich (1999) "Kemampuan Produksi dan Kemampuan Pemasaran : Pengaruhnya dalam Penentuan Strategi Bisnis pada Perusahaan Manufaktur Produsen Produk Konsumsi di Indonesia", *Majalah Ekonomi Tahun IX No 3*.
- Bachtiar, Nurzaman (1990) "Perkembangan Paling akhir Teori Perdagangan Internasional : Pendekatan Empirik", *Kongres ISEI XI, Bandung*.
- Baldauf, Arthur, et al (2000). "Examining Determinant of Export Performance in Small Open Economies", *Journal of World Bussiness* hal 61-79.
- Boediono, DR, (1994), "*Ekonomi Internasional*", BPFE, Yogyakarta.
- Cadogan, John. W et, al (2003) "A measure of Market Orientation : Scale Development and Cross-Cultural Validation", *Journal of International Bussiness Studies*, Volume 30 hal689-707.
- Cravens, (1996), "*Pemasaran Strategis*", Erlangga, Jakarta.
- Dean,David L. et, al. (2000). "Revisiting Firm Karakteristic, Strategi and Export Performance Relationship : A Survey of the Literature and an Investigation of New Zealand Small manufacturing Firms", *Industrial Marketing Management* 29 hal 461-477.

- Delianov, (1995), *"Pengantar Ekonomi Makro"*, Bina Grafika, Jakarta.
- Ditchtl, Erwin, et al (2003), "International Orientation as a Precondition for Export Success", *Journal of Internasional Business Studies Volume 21 hal 23-40*.
- Djoyohadikusumo, Sumitro. (1994), *"Perkembangan dan Pemikiran Ekonomi Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan"*, LP3ES Jakarta.
- Edward, Sebastian, (2003), "Trade, Policy, and Income Distribution", *The American Economic Review hal 205-210*.
- Gomez, Luiz R dan Mejia,(1988), "The Role of Human Resoources Strategy in Export Performance : A Longitudinal Study". *Strategic management Journal, Vol 9 hal 493-505*.
- Hadis, Syafril (1996) *"Ekonomi Internasional"*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Herri, (2000) "Strategi, Karakteristik Manajer, Budaya perusahaan dan Prestasi", *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Koperasi FE Univ Bung Hatta No 1 Hal 93-125*.
- Jamal, Abdul dan Muhammad Nur, (2002). "Analisis Ekspor Kelapa Sawit Indonesia 1986-2000", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Vol 1*.
- Jaurino, Mohammad Rizieq (2002) "Analisis Fungsi Produksi Perusahaan Manufaktur Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Karimi, Syafruddin (1987), "Ekspor dan Pertumbuhan Ekonomi di Negara berkembang", Fakultas Ekonomi Universitas Andalas, Padang.
- Karimi,Syafruddin et al, (1989) "Strategi Industrialisasi Orientasi Ekspor Indonesia", Pusat Penelitian Universitas Andalas, Padang.
- Karimi, Syafruddin, (2003) " Dampak Pembangunan Ekonomi Regional dan Global terhadap Lampung " *Warta Perdagangan Luar Negeri Edisi 1*.
- Kindleberger, Charles P dan Peter H. Lindert, (1986), *"Ekonomi Internasional"* Edisi Ketujuh, Erlangga Jakarta.
- Kotler, Philip. (1999) *"Manajemen Pemasaran "*, Andi Yogyakarta.
- Kotler, Philip et al (1998) *"Pemasaran Keunggulan Bangsa"*, PT Prenhallindo Jakarta.
- Kumcu, et.al. (1995). "Managerial Perceptions of the Adequacy of Export Incentive Programs : Implications for Export-Led Economic Development Policy", *Journal of Bussiness Research hal 163-174*.
- Lee, Woo-Young and John. J Brasch, (1978), "The Adoption of Export as an Innovative Strategy", *Journal of Internasional Bussiness Studies, Volume 9 Hal 85-93*.
- Leonidou, Leonidas C. et,al (2002) "Marketing Strategy Determinants of Export Performance : A Meta Analysis", *Journal Of Bussiness Research 55 hal 51-67*.
- Leonidou, Leonidas C. and Constantine S. Katsikeas, (2003), "The Export Development Process: An Integrative Review of Empirical Models", *Journal of International Business studies, Vol 27 hal 517-551*.
- Lindert. Peter H, (1993) *"Ekonomi Internasional"*, Edisis kesembilan. Penterjemahan A. Subukti, Bumi Aksara, Jakarta.

- Muchtar, Raisuddin et al, (1992) "Perdagangan Luar negeri Indonesia", *Universitas Andalas, Padang*.
- Masrizal, Drs (1993), "Ekspor, Dana Luar Negeri dan Pertumbuhan Ekonomi : Kasus Indonesia", *Pusat Penelitian Universitas Andalas, Padang*.
- Nopirin PhD, (1991) "*Ekonomi Internasional Edisi 2*", BPFE Yogyakarta.
- Porter, M.E (1992) "*Competitive Advantage, Greeting and Sustaining Superior Performance*", terjemahan oleh Agus Dharma dkk, Erlangga, Surabaya
- Reksohadiprodo (1993), "*Manajemen Strategi Edisi 2*", BPFE, Yogyakarta.
- Rintuh, C (1995) "*Perekonomian Indonesia*", Edisi Pertama. Liberty, Yogyakarta.
- Ross, Donald G. and Michael P. Whalen (1999) "The Importance of Practical Export Skills : The Evidence From Canadian Agribusiness". *Journal of International Business Studies Hal .*
- Salusu, Prof.Dr,MA (1996), "*Pengambilan Keputusan Strategik*", Gramedia, Jakarta.
- Santoso, Singgih (2002), " Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik" PT Elex Media Komputindo, Gramedia Jakarta.
- Schlegelmilch , B.B and J.N Crook, (1988), "Firm-Level Determinants of Export Intensity", *Managerial and Decision Economics Vol 9 Hal 291-300*.
- Simamora, Henry (2000) "*Manajemen Pemasaran Internasional Jilid I*", Salemba Empat, Jakarta.
-(2000) "*Manajemen Pemasaran Internasional Jilid II*", Salemba Empat, Jakarta.
- Sjahrir,(1993). "Refleksi Perekonomian Indonesia", Gramedia, Jakarta
- Sukimo. S, (1997). "*Pengantar Teori Mikroekonomi*", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Supranto, J (1986), "*Riset Pengembangan Untuk Pengembangan Ekspor*", Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu (1993), "*Pengantar Bisnis Modern*". Liberty, Yogyakarta.
- Tambunan, Tulus. (2000), "*Perdagangan Internasional dan Neraca Pembayaran Teori dan Temuan Empiris*", LP3ES, Jakarta.
- Todaro, Michael. P (2000) "*Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga Edisi Ketujuh*", Erlangga, Jakarta.
- Weidersheim-Paul, Finn et al, (1978) "Pre-Export Activity : The First Step in Internationalization" , *Journal of International Business Studies, Vol 9 Hal 47-58*.
- Westphal, Larry. E. (1988), "Industrial Polycy in an Export-Propelled Economy : Lesson From South Korea's Experience" , *The Journal of Economic Perspectives, Volume 4 Hal 41-59*.
- Wild J.John, Kenneth, and Jerry (2000), "Internasional Bussiness ab Integrated Approach" Prentice Hal.