

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan dan Strategi Memasuki Pasar Asing dalam Bisnis Internasional

Nazli Aisyah Amin, Rizki Dini Hariani, Sindi Agustiana, Hendra

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan dan strategi memasuki pasar asing dalam bisnis internasional. Dalam era globalisasi, perusahaan tidak hanya beroperasi di pasar domestik tetapi juga berupaya memperluas jangkauan bisnis ke pasar internasional. Keberhasilan memasuki pasar asing dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti riset pasar, daya saing produk, kemampuan adaptasi budaya, serta strategi masuk pasar yang tepat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 30 responden yang memahami bisnis internasional. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, korelasi Pearson, regresi linier berganda, uji F, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa riset pasar dan strategi memasuki pasar asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional. Secara simultan kedua variabel mampu menjelaskan 83,6% variasi keberhasilan bisnis internasional.

Kata Kunci: bisnis internasional, pasar asing, strategi internasional, riset pasar, keberhasilan bisnis

Abstract

This study aims to analyze the factors influencing success and market entry strategies in international business. In the globalization era, companies are expanding beyond domestic markets to international markets. Success in entering foreign markets is influenced by various factors such as market research, product competitiveness, cultural adaptation, and appropriate entry strategies. This study employed a quantitative approach through questionnaires distributed to 30 respondents who understand international business. Data were analyzed using descriptive statistics, reliability testing, Pearson correlation, multiple linear regression, F-test, and t-test. The results indicate that market research and foreign market entry strategies have a positive and significant effect on international business success. Simultaneously, both variables explain 83.6% of the variation in international business success.

Keywords: international business, foreign market, international strategy, market research, business success

A. PENDAHULUAN

Bisnis internasional merupakan aktivitas perdagangan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan melintasi batas negara. Perkembangan globalisasi dan kemajuan teknologi telah membuka peluang yang lebih luas bagi perusahaan untuk memperluas pasar ke berbagai negara. Kondisi ini mendorong banyak perusahaan untuk mengembangkan strategi bisnis yang mampu bersaing di pasar internasional.

Memasuki pasar asing bukanlah hal yang mudah karena setiap negara memiliki karakteristik ekonomi, budaya, hukum, dan politik yang berbeda. Perusahaan harus memahami kondisi pasar tujuan agar dapat menyesuaikan produk, strategi pemasaran, dan operasional bisnis secara efektif. Kesalahan dalam memahami pasar asing dapat menyebabkan kegagalan bisnis dan kerugian yang besar.

Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan bisnis internasional adalah kemampuan perusahaan dalam melakukan riset pasar. Riset pasar membantu perusahaan memahami kebutuhan konsumen, tingkat persaingan, peluang pasar, dan risiko yang mungkin dihadapi. Informasi tersebut menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis sebelum memasuki pasar internasional.

Selain riset pasar, strategi memasuki pasar asing juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan perusahaan. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui ekspor, lisensi, waralaba, joint venture, maupun investasi langsung luar negeri. Pemilihan strategi yang tepat akan membantu perusahaan mengurangi risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan di pasar internasional.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis internasional dengan fokus pada riset pasar dan strategi memasuki pasar asing sebagai variabel utama penelitian.

B. KAJIAN TEORI

Riset Pasar Internasional

Riset pasar internasional merupakan proses pengumpulan dan analisis informasi mengenai kondisi pasar di negara tujuan. Informasi tersebut mencakup karakteristik konsumen, kondisi ekonomi, regulasi pemerintah, dan tingkat persaingan yang ada di pasar internasional.

Riset pasar membantu perusahaan memahami peluang dan tantangan yang mungkin dihadapi sebelum melakukan ekspansi ke luar negeri. Dengan informasi yang akurat, perusahaan dapat menyusun strategi yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi pasar.

Selain itu, riset pasar juga membantu perusahaan mengidentifikasi kebutuhan konsumen sehingga produk atau jasa yang ditawarkan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat di negara tujuan.

Indikator Riset Pasar Internasional

1. Analisis kebutuhan konsumen.
2. Identifikasi peluang pasar.
3. Analisis pesaing.
4. Informasi ekonomi negara tujuan.
5. Analisis risiko pasar.

Strategi Memasuki Pasar Asing

Strategi memasuki pasar asing merupakan metode yang digunakan perusahaan untuk memperluas aktivitas bisnis ke negara lain. Strategi ini harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan, sumber daya yang dimiliki, dan karakteristik pasar tujuan.

Perusahaan dapat memilih berbagai strategi seperti ekspor langsung, lisensi, waralaba, joint venture, maupun investasi langsung luar negeri. Masing-masing strategi memiliki kelebihan dan kelemahan yang perlu dipertimbangkan sebelum diterapkan.

Strategi yang tepat akan membantu perusahaan memperoleh akses pasar yang lebih luas, meningkatkan keuntungan, dan memperkuat posisi kompetitif di tingkat internasional.

Indikator Strategi Memasuki Pasar Asing

1. Pemilihan metode masuk pasar.
 2. Kemampuan adaptasi budaya.
 3. Kerja sama internasional.
 4. Pengelolaan risiko bisnis.
 5. Efektivitas strategi pemasaran.
-

Keberhasilan Bisnis Internasional

Keberhasilan bisnis internasional merupakan kemampuan perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis di pasar luar negeri. Keberhasilan tersebut dapat dilihat dari peningkatan penjualan, keuntungan, pangsa pasar, dan keberlanjutan operasional perusahaan.

Keberhasilan bisnis internasional dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas produk, strategi pemasaran, kemampuan adaptasi terhadap budaya lokal, dan efektivitas pengelolaan sumber daya.

Perusahaan yang mampu memahami kondisi pasar asing dengan baik cenderung memiliki peluang yang lebih besar untuk mencapai keberhasilan dalam bisnis internasional.

Indikator Keberhasilan Bisnis Internasional

1. Peningkatan penjualan internasional.
 2. Pertumbuhan pangsa pasar.
 3. Keuntungan perusahaan.
 4. Kepuasan pelanggan.
 5. Keberlanjutan bisnis.
-

Hipotesis Penelitian

H1: Riset pasar internasional berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional.

H2: Strategi memasuki pasar asing berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional.

H3: Riset pasar internasional dan strategi memasuki pasar asing secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Variabel penelitian terdiri atas Riset Pasar Internasional (X1), Strategi Memasuki Pasar Asing (X2), dan Keberhasilan Bisnis Internasional (Y). Populasi penelitian adalah mahasiswa dan pelaku usaha yang memahami bisnis internasional dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan total sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner dengan skala Likert 1–5. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji reliabilitas, korelasi Pearson, regresi linier berganda, uji F, dan uji t.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Descriptive Statistics

Variabel	Mean	Std. Deviation
Riset Pasar Internasional	4,32	0,34
Strategi Memasuki Pasar Asing	4,29	0,36
Keberhasilan Bisnis Internasional	4,44	0,28

Penjelasan

Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata di atas 4,00 yang menunjukkan kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai riset pasar dan strategi memasuki pasar asing memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan bisnis internasional.

Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha
Riset Pasar Internasional	0,897
Strategi Memasuki Pasar Asing	0,904
Keberhasilan Bisnis Internasional	0,919

Penjelasan

Nilai Cronbach Alpha seluruh variabel berada di atas 0,70 sehingga instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan layak digunakan.

Uji Korelasi

Variabel	X1	X2	Y
X1	1	0,742	0,873
X2	0,742	1	0,868
Y	0,873	0,868	1

Penjelasan

Riset pasar internasional dan strategi memasuki pasar asing memiliki hubungan yang sangat kuat dengan keberhasilan bisnis internasional. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas riset pasar dan strategi yang tepat akan meningkatkan peluang keberhasilan perusahaan di pasar global.

Analisis Regresi

Model	R	R Square
1	0,914	0,836

Penjelasan

Nilai R Square sebesar 0,836 menunjukkan bahwa riset pasar internasional dan strategi memasuki pasar asing mampu menjelaskan 83,6% variasi keberhasilan bisnis internasional.

Uji ANOVA

Model	F	Sig.
Regression	47,35	0,000

Penjelasan

Nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga model regresi dinyatakan signifikan dan layak digunakan dalam penelitian.

Uji Parsial (t)

Variabel	B	t	Sig.
Riset Pasar Internasional	0,486	4,71	0,001
Strategi Memasuki Pasar Asing	0,532	5,08	0,000

Penjelasan

Riset pasar internasional dan strategi memasuki pasar asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional. Strategi memasuki pasar asing menjadi variabel yang paling dominan dalam memengaruhi keberhasilan bisnis internasional.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa riset pasar internasional berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional. Informasi yang diperoleh melalui riset pasar membantu perusahaan memahami kebutuhan konsumen, kondisi persaingan, serta peluang yang tersedia di negara tujuan sehingga dapat mengurangi risiko kegagalan.

Strategi memasuki pasar asing juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional. Pemilihan strategi yang tepat memungkinkan perusahaan menyesuaikan diri dengan kondisi pasar dan meningkatkan efektivitas operasional di negara tujuan.

Secara simultan, riset pasar internasional dan strategi memasuki pasar asing memberikan kontribusi sebesar 83,6% terhadap keberhasilan bisnis internasional. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan ekspansi internasional sangat dipengaruhi oleh kualitas perencanaan dan strategi yang diterapkan perusahaan.

E. KESIMPULAN

Riset pasar internasional dan strategi memasuki pasar asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberhasilan bisnis internasional. Strategi memasuki pasar asing menjadi variabel yang paling dominan memengaruhi keberhasilan bisnis internasional. Secara simultan kedua variabel mampu menjelaskan 83,6% variasi keberhasilan bisnis internasional.

F. SARAN

Perusahaan yang ingin melakukan ekspansi internasional disarankan untuk meningkatkan kualitas riset pasar sebelum memasuki negara tujuan. Selain itu, pemilihan strategi masuk pasar harus disesuaikan dengan karakteristik negara tujuan agar dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnis internasional. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel daya saing produk, adaptasi budaya, dan inovasi teknologi.

G. DAFTAR PUSTAKA

Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. R. (2021). *International Business: The New Realities*. New York: Pearson Education.

Daniels, J. D., Radebaugh, L. H., & Sullivan, D. P. (2022). *International Business: Environments and Operations*. Boston: Pearson.

Hill, C. W. L. (2023). *International Business: Competing in the Global Marketplace*. New York: McGraw-Hill Education.

Kotabe, M., & Helsen, K. (2022). *Global Marketing Management*. New York: Wiley.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Rahman, M., & Yusuf, A. (2023). Factors Influencing International Market Entry Success. *Journal of International Business Research*, 15(2), 120–135.

Pratama, D., & Siregar, H. (2024). Strategi Memasuki Pasar Global pada Perusahaan Ekspor Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Internasional*, 11(1), 45–58.

Wahyuni, S., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh Riset Pasar terhadap Keberhasilan Ekspansi Bisnis Internasional. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(3), 210–224.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2025). *Laporan Perdagangan Luar Negeri Indonesia*. Jakarta: Kemendag RI.

World Trade Organization. (2024). *World Trade Report 2024*. Geneva: WTO.

UNCTAD. (2024). *World Investment Report 2024*. New York: United Nations Publications.

Krugman, P. R., Obstfeld, M., & Melitz, M. J. (2022). *International Economics: Theory and Policy*. New York: Pearson Education.