

INTISARI

Pertumbuhan industri pakaian berkendara di Asia Tenggara, termasuk Filipina, menunjukkan potensi pasar yang menjanjikan seiring meningkatnya penggunaan sepeda motor, urbanisasi, dan gaya hidup berkendara modern. Perusahaan menghadapi stagnasi pendapatan akibat keterbatasan ekspansi domestik dan persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, ekspansi ke pasar internasional, khususnya Filipina, menjadi langkah strategis yang perlu dianalisis secara menyeluruh.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi ekspansi internasional perusahaan pakaian berkendara asal Indonesia, ke pasar Filipina. Dengan pendekatan kualitatif deskriptif dan eksploratif, penelitian ini menggunakan empat kerangka analisis utama, yaitu *Diamond Model Porter*, *Five Forces Porter*, *mode of entry*, dan strategi adaptasi internasional.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Filipina memiliki daya tarik tinggi sebagai pasar distribusi dengan permintaan kuat dari segmen *urban commuter*, namun memiliki keterbatasan pada faktor produksi seperti tenaga kerja teknis dan bahan baku lokal. Struktur industri menunjukkan intensitas persaingan tinggi namun belum ada pemain dominan dalam segmen pakaian berkendara tropis. *Mode of entry* yang direkomendasikan adalah kemitraan strategis dengan skema *exclusive distributorship* yang memungkinkan efisiensi biaya dan kontrol merek. Sementara itu, strategi adaptasi yang sesuai adalah strategi transnasional.

Penelitian ini menyarankan agar perusahaan pakaian berkendara fokus pada strategi distribusi, mempertahankan produksi di Indonesia, memperkuat kehadiran digital, serta membangun kemitraan dengan komunitas motor lokal untuk mempercepat akseptabilitas merek di pasar Filipina.

Kata Kunci: Ekspansi Internasional, Industri Pakaian Berkendara, Filipina, *Diamond Model*, *Five Forces*, *mode of entry*, *Strategic Partnership*, dan Strategi Adaptasi Transnasional,.

ABSTRACT

The rapid growth of the motorcycle apparel industry in Southeast Asia, particularly in the Philippines, has created promising opportunities driven by rising motorcycle usage, urbanization, and lifestyle changes. Company faces stagnant domestic revenue due to market saturation and increased competition. As a result, international expansion, especially into the Philippine market, emerges as a strategic imperative requiring comprehensive analysis.

This study aims to analyze the international expansion strategy of Respiro, an Indonesian motorcycle apparel company, into the Philippine market. Employing a qualitative, descriptive, and exploratory approach, this research applies four key analytical frameworks: Porter's Diamond Model, Five Forces, the OLI Paradigm, and international adaptation strategies.

Findings indicate that the Philippines offers significant potential as a distribution market, especially among urban commuters. However, the country presents challenges in production factors, such as limited access to high-tech labor and raw materials. The industry is moderately competitive with no dominant player in the tropical riding apparel segment. The most suitable mode of entry is a strategic partnership in the form of exclusive distributorship, balancing brand control and cost efficiency. The recommended adaptation strategy is transnational.

This research recommends that motorcycle apparel industry focus on distribution rather than local production, enhance digital presence, and build partnerships with local motorcycle communities to accelerate brand acceptance in the Philippine market.

Keywords: *International Expansion, Motorcycle Apparel, Philippines, Diamond Model, Five Forces, OLI Paradigm, Strategic Partnership, Transnational Strategy, Exclusive Distributorship.*