

ABSTRACT

Purpose – This study critically evaluates the relevance of the Uppsala Model in explaining the internationalization of SMEs in Southeast Asia. Through the analysis of two contrasting Indonesian cases, it seeks to determine whether the model's core assumptions hold in a context defined by digital leapfrogging and institutional diversity.

Methodology – The research employs a qualitative, multiple-case study design. Data was collected via in-depth interviews with the founders of two Indonesian SMEs such as Firm A (Premium Frozen Seafood) and Firm B (Handicraft) and analyzed to compare their journeys against the pillars of the Uppsala Model.

Findings – The results demonstrate that the Uppsala Model is an insufficient framework for this context. The analysis reveals two distinct alternative patterns: 1) Digital Serendipity, where firms achieve rapid, accidental internationalization through digital platforms, elastic resource commitment, and crowdsourced learning; and 2) Strategic Hybridization, where firms combine a Born-Global vision with Uppsala-like sequential expansion. These patterns show that SMEs act as pragmatic strategists, whose paths are defined by strategic resourcefulness rather than a single theoretical script.

Implications – The study provides a robust, empirical critique of the Uppsala Model and contributes the new typology of "Digital Serendipity" and "Strategic Hybridization" to international business theory. For practitioners and policymakers, it underscores the need for tailored support, such as digital infrastructure for platform-enabled firms and certification assistance for those in regulated industries.

Originality/Value – This research offers a nuanced, context-driven critique of a dominant international business theory. By introducing and defining two emergent internationalization patterns from Southeast Asia, it moves academic discussion beyond testing old models and towards understanding the new, hybrid logics of 21st-century global expansion.

ABSTRAK

Tujuan – Penelitian ini secara kritis mengevaluasi relevansi Model Uppsala dalam menjelaskan proses internasionalisasi usaha kecil dan menengah (UKM) di Asia Tenggara. Melalui analisis dua kasus Indonesia yang kontras, penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah asumsi-asumsi inti model tersebut masih berlaku dalam konteks yang ditandai oleh lompatan digital (*digital leapfrogging*) dan keragaman institusional.

Metodologi – Penelitian ini menggunakan desain studi kualitatif multi-kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para pendiri dua UKM Indonesia, yaitu Firm A (produk makanan laut beku premium) dan Firm B (kerajinan tangan), kemudian dianalisis dengan membandingkan perjalanan internasionalisasi kedua perusahaan tersebut terhadap pilar-pilar utama Model Uppsala.

Temuan – Hasil penelitian menunjukkan bahwa Model Uppsala merupakan kerangka yang tidak memadai untuk menjelaskan konteks ini. Analisis mengungkapkan dua pola alternatif yang berbeda: (1) **Digital Serendipity**, yaitu ketika perusahaan mencapai internasionalisasi yang cepat dan sering kali tidak disengaja melalui platform digital, komitmen sumber daya yang fleksibel, serta pembelajaran berbasis kerumunan (*crowdsourced learning*); dan (2) **Strategic Hybridization**, yaitu ketika perusahaan mengombinasikan visi *Born Global* dengan ekspansi bertahap ala Model Uppsala. Pola-pola ini menunjukkan bahwa UKM bertindak sebagai perumus strategi yang pragmatis, dengan jalur internasionalisasi yang lebih ditentukan oleh kecerdikan strategis daripada oleh satu skrip teori tunggal.

Implikasi – Penelitian ini memberikan kritik empiris yang kuat terhadap Model Uppsala serta memperkaya teori bisnis internasional melalui pengenalan tipologi baru **Digital Serendipity** dan **Strategic Hybridization**. Bagi praktisi dan pembuat kebijakan, temuan ini menegaskan pentingnya dukungan yang lebih terarah, seperti penguatan infrastruktur digital bagi perusahaan berbasis platform serta bantuan sertifikasi bagi UKM yang beroperasi di industri yang teregulasi.

Orisinalitas/Nilai – Penelitian ini menawarkan kritik yang bernuansa dan berbasis konteks terhadap salah satu teori dominan dalam bisnis internasional. Dengan memperkenalkan dan mendefinisikan dua pola internasionalisasi baru yang muncul dari Asia Tenggara, studi ini mendorong diskursus akademik untuk melampaui pengujian model lama menuju pemahaman atas logika internasionalisasi hibrida dalam ekspansi global UKM abad ke-21.