



ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises (SMEs) have been increased drastically over past decade, specifically in total number and activities conducted internationally. International activities, both downstream internationalization and upstream internationalization, have important implication in knowledge acquisition for companies of all sizes. This research examines whether downstream international activities (sales and marketing completed abroad) and upstream international activities (purchasing, production, and R&D completed abroad) positively related to acquisition of market knowledge and technological knowledge. In this research, the researcher uses SMEs which are conducting international activities in Yogyakarta as the object of the study.

A total of 37 questionnaires were distributed to owners or managers of SMEs in Yogyakarta. Of the 37 questionnaires, 30 were qualified and the analyzed. The 5-point Likert scale was used for dependent variables: acquisition of market knowledge and acquisition of technological knowledge. Prior to test the hypotheses researcher conducted validity and reliability test by using factor analysis and CFA (confirmatory factor analysis). Afterward, to test hypotheses researcher runs multiple regression analysis since there were two independent variables (upstream internationalization and downstream internationalization).

This research showed that downstream internationalization has significant positive relationship with acquisition of both market knowledge and technological knowledge. Meanwhile, due to data limitation of SMEs which are conducting upstream internationalization, researcher could not conduct analysis to examine relationship between upstream internationalization and acquisition of market knowledge, and relationship between upstream internationalization and acquisition of technological knowledge. However it represents that upstream international activities were very low among SMEs specifically located in Yogyakarta.

Expectantly this study will inspire SMEs managers and owners to see their firms as knowledge-based. That thing is important step to pay more general attention to the sources of knowledge, the process of learning within and across organization, and growth option that become available to their firm.

Keywords: upstream internationalization, downstream internationalization, market knowledge, technological knowledge, SME (Small and Medium-sized Enterprises)



INTISARI

Usaha kecil dan menengah (UKM) telah bertumbuh secara cepat selama lebih dari sepuluh tahun terakhir, terutama dalam hal jumlah dan aktivitas internasional. Aktivitas internasional, baik internasionalisasi *downstream* maupun internasionalisasi *upstream*, mempunyai dampak yang penting untuk pemerolehan pengetahuan bagi semua perusahaan baik besar maupun kecil. Riset ini meneliti apakah aktivitas internasional *downstream* (penjualan dan *marketing* yang dilakukan di luar negeri) dan aktivitas internasional *upstream* (pembelian, produksi, penelitian & pengembangan yang dilakukan di luar negeri) secara positif berhubungan dengan pemerolehan pengetahuan pasar (*market knowledge*) dan pengetahuan teknologi. Dalam riset ini, peneliti menggunakan UKM di Yogyakarta yang melakukan aktivitas internasional sebagai objek dari penelitian.

Kuesioner sejumlah 37 didistribusikan kepada pemilik atau manajer dari UKM di Yogyakarta. Dari 37 kuesioner, 30 kuesioner memenuhi kualifikasi untuk dianalisa. Skala 5 *point* Likert digunakan untuk tiap dependen variabel: pemerolehan pengetahuan pasar (*acquisition of market knowledge*) dan pemerolehan pengetahuan teknologi (*acquisition of technological knowledge*). Sebelum melakukan analisa peneliti melakukan tes validitas dan reliabilitas menggunakan analisis faktor dan CFA (*confirmatory factor analysis*). Setelah itu untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan analisa regresi ganda karena ada dua variabel independen (*internasionalisasi upstream* dan *internasionalisasi downstream*).

Riset ini menunjukkan bahwa internasionalisasi *downstream* mempunyai hubungan positif yang signifikan dengan pemerolehan pengetahuan baik pengetahuan pasar maupun pengetahuan teknologi. Sementara itu, dikarenakan keterbatasan data dari UKM yang melakukan aktivitas internasional *upstream*, peneliti tidak dapat menganalisa hubungan antara internasionalisasi *upstream* dengan pengetahuan pasar dan hubungan antara internasionalisasi *upstream* dengan pengetahuan teknologi. Namun hal tersebut dapat menunjukkan bahwa aktivitas internasional *upstream* dari UKM khususnya di Yogyakarta sangat rendah.

Diharapkan riset ini dapat menginspirasi manajer dan pemilik UKM untuk melihat usahanya sebagai dasar dari pengetahuan. Hal ini penting sebagai langkah awal untuk lebih memberi perhatian yang luas kepada sumber dari pengetahuan, proses pembelajaran baik di dalam organisasi maupun antar organisasi, dan tersedia pilihan untuk pertumbuhan bagi perusahaan.

Kata kunci: internasionalisasi *upstream*, internasionalisasi *downstream*, pengetahuan pasar, pengetahuan teknologi, UKM (Usaha Kecil dan Menengah)