

SOCIAL CAPITAL DAN MICROFOUNDATION PADA PROSES BORN GLOBAL, STUDY KASUS PADA PERUSAHAAN BG DI INDONESIA

Yakuttinah Marjan

Program Doktoral Ilmu Manajemen
FEB Universitas Airlangga, Surabaya
yakuttinah.marjan-2018@feb.unair.ac.id

Abstrak

Perusahaan yang berdiri dengan strategi untuk dapat menembus pasar internasional disebut *Born Global* (BG), banyak penelitian yang membahas faktor lahirnya perusahaan BG dan output dan pertumbuhan BG (Ryan et al. 2019), hanya ada beberapa saja yang membahas bagaimana perusahaan BG berproses seperti penelitian proses menjadi BG pada UKM di China (Su, et al. 2020) dan hanya beberapa saja yang membahas BG terkait hubungan personal (Kollmann et al. 2018). Dalam penelitian kali ini akan fokus membahas bagaimana perusahaan berproses menjadi BG melalui *Social Capital* (SC) dan *microfoundation*.

Key word : *Born Global, Social Capital, Microfoundation* Manajemen Strategi dan Operasi

LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan 2 negara terbesar eksportir ikan setelah China. Berdasarkan data website www.klmfood.com 53% ekspor ikan Indonesia per tahunnya disumbangkan oleh PT Kelola Mina Laut (KML) yang berdiri sejak 1994 berdomisili di Gresik dan menjadi pemasok teri di dunia global sebesar 70%. Berdasarkan data Bank Dunia dalam *annual report* 2019, Asia Tenggara tetap menjadi wilayah dengan pertumbuhan ekonomi tercepat di dunia. Melalui data Siklus Uang Bank Dunia Area Asia Tenggara tahun 2015 sampai dengan 2019, dapat menjadi indikator bahwa kegiatan perekonomian yang berasal dari sektor sumber daya alam menjadi dominan diantara sektor lainnya sedang tumbuh, perputaran uang mencapai angka USD 4.374.000 di tahun 2019. Dari sektor sumber daya alam, sektor pertanian, perikanan dan kehutanan menjadi urutan ketiga setelah transportasi dan administrasi public dengan nilai USD 1.189.000.

Berdasarkan majalah SWA November 2018, diprediksi volume ekspor perikanan tangkap Indonesia sepanjang semester I 2019 naik 3,77% dibandingkan semester I tahun sebelumnya. Mengingat kekayaan laut Indonesia yang tak terbatas, diharapkan kedepannya banyak lahir exportir ikan yang dapat bersaing di pasar global.

Bertolak pada teori internasionalisasi yang ada menekankan pentingnya pembelajaran pengalaman untuk berkembang secara internasional melalui proses internasionalisasi. Dapat dilihat pada model Uppsala yang dibuat oleh Johanson dan Vahlen (1977) dan model inovasi yang terkait oleh Cavusgil (1980). Beberapa temuan awal diantaranya di perusahaan Australia yang *go global* sejak awal, Rennie (1993) menciptakan istilah *born global* (BG) dengan konsep perusahaan yang baru berdiri, memiliki konsep global atau international (Rennie, 1993; Oviat and McDougall 1994) dalam pembahasannya tentang BG lebih dari 20 tahun lalu.

Dalam penelitian ini, akan dilakukan pemetaan antara BG dengan SC dan *microfoundation* dalam waktu bersamaan karena belum pernah dibahas sebelumnya. Beberapa yang telah dilakukan oleh penelitian sebelumnya, membahas BG yang menfokuskan pada pelanggan melalui SC dan inovasi produk dalam waktu bersamaan (Presutti et al. 2020) dan membahas BG dan konseptual level organisasi dan *microfoundation* (Nguyen et al. 2020) yang baru ada satu jurnal penelitian *top tier*. Beberapa penelitian lain yang membahas ketidaksepakatan yang cukup besar di antara para peneliti tentang pentingnya konfigurasi SC tertentu (struktural, relasional dan kognitif) untuk aktivitas inovasi asing dari BG (Freeman et al. 2006). Selain itu, konfigurasi yang berbeda dari SC menuntut jenis usaha yang berbeda dan sumber daya selama evolusi BG dari waktu ke waktu (Starkey dan Tempest 2010; Zahra dkk. 2009). Mengikuti studi lain, kami unit analisis adalah evolusi hubungan antara BG dan kuncinya pelanggan asing (Pirolo dan Presutti 2010; Yli-Renko et al. 2001). Menurut Madsen dan Servais (1997: 565), fenomena BG bisa jadi dijelaskan oleh setidaknya tiga faktor utama: “(1) kondisi pasar baru, (2) teknologi perkembangan di bidang produksi, pengangkutan dan komunikasi, dan akhirnya (3) kemampuan orang yang lebih rumit, termasuk pendiri / pengusaha...”. Akibatnya, perkembangan perusahaan global yang lahir menjadi sebuah tantangan dilakukan dalam konteks yang berubah.

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran SC dan *microfoundation* dalam proses BG pada sebuah perusahaan melalui *case study*, melahirkan model baru atas proses BG di Indonesia sesuai dengan budaya, regulasi, infrastruktur dan geografis yang ada. Secara praktisi, model dan teori yang dihasilkan dari penelitian ini dapat menjadi acuan atau *role model* untuk perusahaan-perusahaan baru atau *start-up* untuk menjadi perusahaan global di awal pendirian.

TINJAUAN LITERATUR

Dasar dari penelitian Cavusgil et al. tentang BG maka dalam penelitian ini akan membahas beberapa elemen literasi pendukung. Desain organisasi juga memiliki elemen mikrofoundasional (mis. Zenger & Hesterly, 1997). Desain dan struktur organisasi adalah cara untuk dengan sengaja menggambarkan siapa yang berinteraksi dan berkomunikasi dengan siapa, yang memiliki hak keputusan akhir atas apa, serta dengan implikasi yang sesuai untuk masalah seperti agregasi informasi, motivasi anggota organisasi, dan kinerja organisasi (Felin & Zenger, 2011). Keberhasilan bersaing di pasar global melalui SC dan berinovasi (Presutti, 2020) juga menjadi faktor penting. Beberapa jurnal terdahulu yang menjadi literasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 1 : Artikel yang Digunakan di Sistematis Review

No	Document title	Authors	Year	Source	Cited by	Q	Finding
1	Analysing Social Capital and Product Innovativeness in the Relationship Evolution of Born-Global Companies the Mediating Role of Knowledge Acquisition	Presutti, M., Cappiello, G., Johanson, M.	2020	International Entrepreneurs and Management Journal	0	Q1	This journal provide results with theoretical and practical implications for BGs in terms of both social capital and innovation abroad.

2	Conceptualising organisational-level and microfoundational capabilities: an integrated view of born-globals' internationalisation	Nguyen, Q. Mort, G.S.	2020	International Entrepreneurship and Management Journal	0	Q1	conceptualise the transformation of organisational level capabilities, and the role of microfoundations in the born global firms
3	Internationalization of Chinese SMEs: The role of networks and global value chains	Su, F., Khan, Z., Kyu, Lew, Y., Il Park, B., Shafi Choksy, U.	2020	BRQ Business Research Quarterly	2	Q1	The study conceptualizes networks as the formal (business) networks composed of suppliers, customers, business partners, and competitors, and the informal (social) networks based on cultural, ethnic, and social ties (Coviello & Munro, 1995; Lew et al., 2016; Zhang et al., 2016).
4	Local horizontal network membership for accelerated global market reach	Ryan, P., Evers, N., Smith, A., Andersson, S.	2019	International Marketing Review	11	Q1	Explain how some born global firms can leverage the rich social capital in their local (home country) horizontal network for accelerated international market entry and growth.
5	Global Innovation Networks – Organizations and People	Kollmann, Hannigan, Mudambi	2018	Journal of International Management	249	Q1	IB literature has developed a sophisticated understanding of the multinational enterprise (MNE) as an organization generates value by integrating knowledge across national borders : (1)highlight the three megatrends that shape the strategy of the modern MNE. (2)trace these three megatrends to falling spatial transaction costs, enabled in the main, by digitalization. (3)draw on earlier research on the generic forms of global linkages

Born Global

Bertolak pada teori internasionalisasi yang ada menekankan pentingnya pembelajaran pengalaman untuk berkembang secara internasional melalui proses internasionalisasi. Dapat dilihat pada model Uppsala yang dibuat oleh Johanson dan Vahlen (1977) dan model inovasi yang terkait oleh Cavusgil (1980). Beberapa temuan awal diantaranya di perusahaan Australia yang go global sejak awal, Rennie (1993) menciptakan istilah born global (BG) dengan konsep perusahaan yang baru berdiri, memiliki konsep global atau internasional (Rennie, 1993; Oviat and McDougall 1994) dalam pembahasannya tentang BG lebih dari 20 tahun lalu.

Karakter dari perusahaan BG adalah go global sejak awal perusahaan itu berdiri, tantangan untuk menjadi BG di lapangan adalah terjadi pada perusahaan besar yang sudah berdiri lama (e.g., Johanson dan Vahlne 1997). BG pun mulai memiliki konsep lintas nasional (Moen dan Servais 2002; Gabrielsson dan Kirpalani 2004) dan lintas industri (Madsen dan Servais 1997) pandangan

lain, tidak serta merta perusahaan besar yang bisa *go global*, perusahaan kecil yang bisa bertahan dengan sumber daya terbatas dan pengalaman yang minim juga bisa menjadi BG (Oviatt and McDougall 1994; Knight and Cavusgil 1996), mereka beroperasi dengan rantai nilai seperti perusahaan multinasional. Knight dan Cavusgil (2004) kemudian mendefinisikan BG sebagai kewirausahaan *start-up* dimana penghasilan perusahaan tersebut berasal dari penjualan dari pasar global (Knight dan Cavusgil 2004).

Social Capital

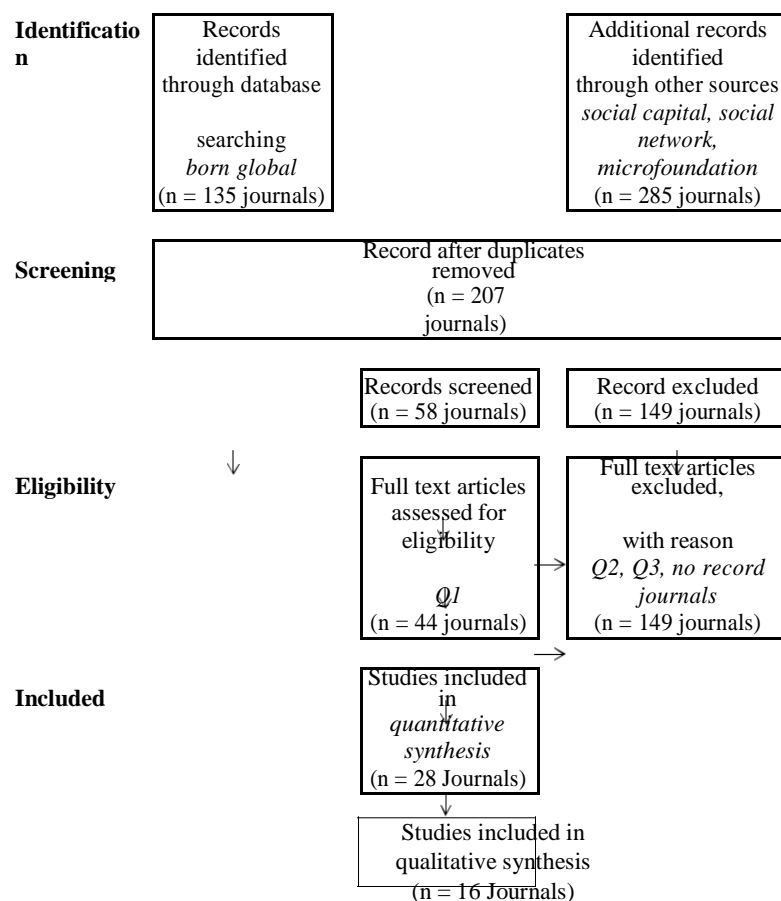
Peran *social network* (SN) pengusaha telah banyak dibahas (Aldrich dan Zimmer 1986), dan isu tersebut telah diakui perannya dalam kesuksesan dan keberlanjutan usaha baru. Meskipun peran SN untuk pengusaha BG (Oviatt dan McDougall 1994) juga mendapatkan momentum, sebagian besar studi gagal menyelidiki peran jaringan dan hubungan sebelum memulai (Coviello 2006). Namun, bukti mengungkapkan peran penting jejaring sosial bagi yang baru internasionalizers (lihat misalnya, Sharma dan Blomstermo 2003; Coviello 2006; Prashantham dan Dhanaraj 2010). Studi kasus oleh Coviello (2006) menunjukkan bagaimana jaringan membuka pintu bagi pengusaha dengan “menyediakan akses pasar, pembiayaan, saluran distribusi, rujukan, dan kumpulan kontak untuk pengembangan internal dan eksternal” (Coviello 2006: 723). Sharma dan studi kasus Blomstermo (2003) menunjukkan bahwa jaringan pengusaha dapat mempengaruhi niat mereka untuk mengejar peluang bisnis internasional sejak awal perusahaan. Dalam studinya, Sharma dan Blomstermo (2003) menekankan betapa ketat dan tahan lama terkait jaringan yang digunakan untuk membuka jalan bagi hubungan awal dengan pasar internasional. Ikatan ini merupakan platform untuk pertimbangan awal, refleksi, dan keputusan terkait peluang bisnis internasional. Hasil serupa diperoleh oleh Chung et al. (2000), yang berpendapat bahwa SN penting dalam mencari usaha baru dan mitra internasional. Selain itu, Manolova et al. (2002) menunjukkan bahwa mapan jaringan pribadi dan hubungan di luar negeri menawarkan kepada wirausahawan pengetahuan dan keterampilan diperlukan untuk menjalankan bisnis internasional. Senada, Johanson dan Vahlne (2003, 2006) menekankan bahwa hubungan yang berkomitmen harus dilihat sebagai bahan utama pengembangan peluang dalam proses internasionalisasi.

Microfoundations

Microfoundations menyediakan lensa metodologis untuk dijelajahi kekuatan melihat unit konstituen tingkat rendah ketika menjelaskan tingkat analisis yang lebih tinggi. Penjelajahan *microfoundations* mengharuskan kita untuk memeriksa secara sistematis asal dan sifat konstruksi tingkat mikro: bagaimana pilihan dan interaksi menciptakan struktur, perilaku individu dalam struktur, dan peran individu yang membentuk organisasi struktur dari waktu ke waktu (Chwe, 2013). Struktur organisasi didefinisikan sebagai kondisi yang mengaktifkan atau membatasi interaksi individu dan kolektif dalam suatu organisasi (Felin et al., 2012 p. 1364). Dasar struktur untuk mengatur aktivitas sosial yang kompleks melibatkan hierarki (Grant, 1996). Dalam hierarki berbasis otoritas, manajer senior berinvestasi dalam memahami interaksi pengetahuan kritis dan kemudian menyusun heuristik yang cocok untuk memandu pencarian untuk solusi (Nickerson & Zenger, 2004). Pada penelitian kali ini, design akan disesuaikan dengan struktur yang ada dan fungsi dari individu/difisi terkait proses perusahaan menjadi BG.

METODOLOGI PENELITIAN

Desain penelitian kali ini menggunakan teori yang dibuat oleh Wacker (1998) yang mengembangkan penelitian dengan cara membangun teori yang mendefinisikan variabel, menentukan domain, membangun hubungan yang konsisten secara internal, dan membuat prediksi spesifik. Sementara dibimbing oleh pertimbangan teoritis yang sudah ada sebelumnya, kami tetap terbuka untuk temuan yang tidak terduga dan kemungkinannya bahwa teori umum memerlukan reformulasi (Merton & Merton, 1968). Desain studi kasus dipilih karena para peneliti sedang menyelidiki fenomena kontemporer tentang hal itu sedikit yang diketahui dan di mana para peneliti memiliki sedikit kendali (Yin, 2014). Peneliti memenuhi kriteria kualitas ketat penelitian kasus dengan memastikan studi ini didasarkan pada situasi sambil mencari standard secara umum (Corley & Gioia, 2011; Gioia, Corley, & Hamilton, 2012).



Gambar 1: Prisma Flow Diagram

Dengan *case study* dan *deep interview* akan dibatasi pada perusahaan BG yang sudah berjalan di Indonesia. Case ini sangat unik, dimana individu/divisi berinteraksi dengan batasan struktural dan operasional proses di tingkat mikro untuk membuat rutinitas operasi dan kemampuan operasional di *macrolevel*. Pemilihan desain *single case* karena memiliki tingkat investigasi yang dalam dan detail jika dibandingkan dengan *multi case* (Dyer & Wilkins, 1991; Sigglekow, 2007; Voss, Tsikriktsis, & Frohlich, 2002).

KONTRIBUSI

Peluang BG mengacu pada kombinasi lintas negara dari sumber daya dan pasar (Gregorio, Musteen, & Thomas, 2008; Mathews & Zander, 2007). McDougall dan Oviatt (2000) menekankan pada penemuan dan pegejaraan peluang di global. Kontribusi yang bisa didapatkan adalah :

1. Pengembangan teori BG yang diadaptasikan dengan kondisi saat ini untuk dunia akademik
2. *Framework* yang dapat diimplementasikan ke UKM dan pelaku bisnis untuk bisa menjadi BG

DAFTAR PUSTAKA

- Abell, P., Felin, T., & Foss, N. (2008). Building microfoundations for the routines, capabilities, and performance links. *Managerial and Decision Economics*, 29, 489–502.
- Adler, P. S., Goldoftas, B., & Levine, D. I. (1999). Flexibility versus efficiency? A case study of model changeovers in the Toyota production system. *Organization Science*, 10, 43–68.
- Anand, G., Gray, J., & Siemsen, E. (2012). Decay, shock, and renewal: Operational routines and process entropy in the pharmaceutical industry. *Organization Science*, 23, 1700–1716.
- Armstrong, D., Gosling, A., Weinman, J., & Marteau, T. (1997). The place of inter-rater reliability in qualitative research: An empirical study. *Sociology*, 31, 597–606.
<https://doi.org/10.1177/0038038597031003015>
- Arrow, K. J. (1974). *The limits of organization*. London, England: W. W. Norton & Company.
- Atkinson, P., & Hammersley, M. (1994). Ethnography and participant observation. In N. K. Denzin (Ed.), *Handbook of qualitative research* (pp. 248–261). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Barney, J. (1986). Strategic factor markets: Expectations, luck, and business strategy. *Management Science*, 22, 1231–1241.
- Barney, J. B., & Felin, T. (2013). What are microfoundations? *Academy of Management Perspectives*, 27, 138–155.
- Berman, B. (2012). 3-D printing: The new industrial revolution. *Business Horizons*, 55, 155–162.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.11.003>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77–101.
- Cavusgil and Knight. (2015). The born global firm: An entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*
- Chwe, M. S.-Y. (2013). *Rational ritual: Culture, coordination, and common knowledge*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Clark, K. B., & Fujimoto, T. (1991). *Product development performance: Strategy, organization, and management in the World auto industry*. Brighton, Mass: Harvard Business Press.
- Creating supply chain relational capital: The impact of formal and informal socialization processes. *Journal of Operations Management*, 24, 851–863. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2005.08.007>
- Dyer, W. G., & Wilkins, A. L. (1991). Better stories, not better constructs, to generate better theory: A rejoinder to Eisenhardt. *The Academy of Management Review*, 16, 613–619.
- Eisenhardt, K. M. (1989). Building theories from case study research. *Academy of Management Review*, 14, 532–550.
- Evald, M.R., Klyver, K., Christensen, P.R. (2011). The effect of human capital, social capital, and perceptual values on nascent entrepreneurs' export intentions. *Journal of International Entrepreneurship*
- Eisenhardt, K. M., Furr, N. R., & Bingham, C. B. (2010). Microfoundations of performance: Balancing efficiency and flexibility in dynamic environments. *Organization Science*, 21, 1263–1273.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases- opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50, 25–32.

- Felin, T., Foss, N. J., Heimeriks, K. H., & Madsen, T. L. (2012). Microfoundations of routines and capabilities: Individuals, processes, and structure. *Journal of Management Studies*, 49, 1351– 1374. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2012.01052.x>
- Felin, T., & Hesterly, W. S. (2007). The knowledge based view, nested heterogeneity, and new value creation: Philosophical considerations on the locus of knowledge. *Academy of Management Review*, 32, 195–218.
- Felin, T., & Zenger, T. R. (2014). Closed or open innovation? Problem solving and the governance choice. *Research Policy*, 43, 914–925. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2013.09.006>
- Ferdows, K., & De Meyer, A. (1990). Lasting improvements in manufacturing performance: In search of a new theory. *Journal of Operations Management*
- García-Lillo, F., Claver-Cortés, E., Marco-Lajara, B., Úbeda-García, M. (2017). Mapping the Intellectual Structure of Research on ‘Born Global’ Firms and INVs: A Citation/Co-citation Analysis. *Management International Review*
- Gittins, T., Lang, R., Sass, M. (2015). The effect of return migration driven social capital on SME internationalisation: a comparative case study of IT sector entrepreneurs in Central and Eastern Europe. *Review of Managerial Science*
- Knight and Liesch. (2015). Internationalization: from incremental to born global. *Journal of World Business*
- Kollmann, Hannigan, Mudambi. (2018). Global Innovation Networks – Organizations and People. *Journal of International Management*
- Monferrer, D., Blesa, A., Ripollés, M. (2015). Born globals through knowledge-based dynamic capabilities and network market orientation. *BRQ Business Research Quarterly*
- Nguyen, Q.A., Mort, G.S. (2020). Conceptualising organizational level and microfoundational capabilities: an integrated view of born-globals’. *Internationalization, International Entrepreneurship and Management Journal*
- Oviat and McDougall. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*. *International Business Studies*
- Presutti, M., Boari, C., Fratocchi, L. (2007). Knowledge acquisition and the foreign development of high-tech start-ups: A social capital approach. *International Business Review*
- Presutti, M., Capiello, G., Johanson, M. (2020). Analysing Social Capital and Product Innovativeness in the Relationship Evolution of Born-Global Companies the Mediating Role of Knowledge Acquisition. *International Entrepreneurship and Management Journal*
- Rialp, Rialp, Urbano, Vaillant (2005). The Born-Global Phenomenon: A Comparative Case Study Research. *Journal of International Entrepreneurship*
- Ryan, P., Evers, N., Smith, A., Andersson, S. (2019), Local horizontal network membership for accelerated global market reach. *International Marketing Review*
- Su, F., Khan, Z., Kyu Lew, Y., Il Park, B., Shafi Choksy, U. (2020). Internationalization of Chinese SMEs: The Role of Networks and Global Value Chains. *BRQ Business Research Quarterly*
- Thöni, C., Tyran, J.-R., Wengström, E. (2012). Microfoundations of social capital. *Journal of Public Economics*
- Zhou, L., Wu, W.-P., Luo, X. (2007). Internationalization and the performance of born-global SMEs: The mediating role of social networks. *Journal of International Business Studies*