

ABSTRAK

Di pasar global saat ini, usaha kecil perlu memiliki kemampuan pemasaran yang kuat untuk bisa bersaing secara internasional. Namun, penelitian sebelumnya menunjukkan hasil yang beragam terkait apakah International Marketing Capability (IMC) secara langsung meningkatkan kinerja ekspor. Studi ini bertujuan untuk melihat apakah Distribution Channel Integration (DCI) dapat menjadi penghubung dalam memperkuat hubungan antara IMC dan kinerja ekspor pada UMKM di Solo, Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), melibatkan 106 pemilik UMKM yang terlibat dalam kegiatan ekspor. Hasil analisis menunjukkan bahwa IMC berpengaruh positif terhadap DCI, dan DCI secara signifikan memengaruhi Competitive Aggressiveness dan kinerja ekspor. DCI juga terbukti memediasi sebagian hubungan antara IMC dan kinerja ekspor.

Secara teori, studi ini mendukung pendekatan Resource-Based View (RBV) dengan menunjukkan bahwa kapabilitas internal seperti IMC, bila didukung integrasi distribusi yang kuat, dapat meningkatkan hasil ekspor. Bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan, temuan ini menekankan pentingnya membangun sistem distribusi yang terintegrasi untuk mendukung strategi pemasaran global dan daya saing ekspor.

Kata Kunci: Kapabilitas Pemasaran Internasional, Integrasi Saluran Distribusi, Kinerja Ekspor, Adaptasi Pasar, Agresivitas Kompetitif, UMKM, Resource-Based View, PLS-SEM, Indonesia.