Analisis strategi bersaing berdasarkan kompetensi dalam aktivitas rantai nilai pada industri kerajinan rotan di Indonesia: studi kasus pada CV.TIC

Muhammad Ikhsan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=71589&lokasi=lokal>

Abstrak

Salah satu industri yang memiliki keunggulan komparatif di Indonesia adalah industri kerajinan rotan, di mana keunggulan dalam industri kerajinan rotan ini terletak pada berlimpahnya bahan mentah rotan di Indonesia. Namun faktor keunggulan komparatif tersebut tidak sepenuhnya dapat mendorong laju pertumbuhan ekspor, mengingat lingkungan persaingan yang kompetitif.

Dalam tulisan ini penulis ingin meneliti mengenai salah satu industri kerajinan rotan Indonesia yaitu CV.TIC. Permasalahan yang terjadi adalah kecenderungan untuk kurang memfokuskan diri kepada kompetensi yang dimiliki, aktor yang berperan, skenario yang akan dicapai, persoalan yang menjadi kendala dalam pencapaian tujuan, serta strategi dalam mencapai keunggulan bersaing yang menjadi tujuan utama. Untuk dapat menjawab permasalahan yang ada dalam tujuannya mencapai keunggulan bersaing CV.TIC, analisis dilakukan dengan menggunakan Analytical Hierarchical Process (AHP). Responden penelitian terdiri dari 6 orang dari jajaran manajemen CV.TIC, dengan maksud mencapai kesepakatan melalui suatu konsensus dalam menjawab permasalahan yang ada dalam bentuk suatu hirarki keputusan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengendalian mutu merupakan kompetensi yang paling berpengaruh terhadap keunggulan bersaing CV.TIC dengan bobot nilai 40,73%. Pelaku yang paling berperan dalam meningkatkan daya saing CV.TIC adalah pemilik I pimpinan perusahaan CV.TIC (46,60%). Prioritas skenario yang akan dicapai oleh CV.TIC adalah peningkatan produksi (45,25%). Persoalan yang paling berpengaruh adalah persoalan kualitas sumber daya manusia (57,71%). Persoalan kualitas sumberdaya manusia yang menjadi sorotan utama adalah kurang tersedianya tenaga-tenaga yang handal dan berkualitas dalam kegiatan pemasaran dan pengembangan desain. Alternatif strategi yang lebih diprioritaskan adalah mengadakan pelatihan pemasaran (46,09%).

Pilihan strategi ini didasari kepentingan untuk menutup kelemahan yang ada di CV.TIC, dimana untuk mendukung keunggulan CV.TIC dalam pengendalian mutu perlu ditunjang oleh kegiatan pemasaran yang handal.

Sedangkan rekomendasi yang diberikan kepada CV.TIC adalah melakukan pengembangan terhadap desain produknya melalui strategi aliansi dalam upaya membangun kompetensi dalam pengembangan desain.