Strategi peningkatan keunggulan daya saing industri pengolahan rotan Indonesia

Syahresmita, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=72573&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Industri pengolahan rotan sangat diharapkan menjadi salah satu tumpuan sumber penerimaan devisa bagi Indonesia. Melihat dari sumber daya hutan (rotan) dan jumlah tenaga kerja yang dimiliki Indonesia, produk barang jadi rotan dapat dikatakan mempunyai keunggulan komparatif dipasar internasional, sehingga dapat meningkatkan daya saing produk barang jadi rotan Indonesia, namun daya saing tersebut cenderung semakin menurun. Dalam era globalisasi setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan daya saingnya. Untuk itu perlu adanya strategi yang tepat dalam rangka peningkatan daya saing industri pengolahan rotan Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi daya saing produk barang jadi rotan Indonesia dipasar internasional, mengetahui peran pemerintah dan memberikan alternatif strategi peningkatan keunggulan daya saing industri pengolahan rotan Indonesia.

Identifikasi daya saing produk barang jadi rotan Indonesia dilakukan melalui perhitungan Revealed Comparative Advantage (RCA); sedangkan penentuan strategi peningkatan keunggulan daya saing industri pengolahan rotan Indonesia menggunakan teknik Proses Hirarki Analitik dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing menurut Diamond Porter's.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang lebih berperan dalam peningkatan keunggulan daya saing industri pengolahan rotan adalah: kondisi permintaan, diikuti secara berurutan oleh faktor kondisi; industri terkait dan pendukung; strategi; struktur dan persaingan; kebijakan pemerintah dan kesempatan/peluang. Pelaku yang diharapkan dapat lebih berperan aktif dalam peningkatan keunggulan daya saing industri pengolahan rotan Indonesia adalah industri, diikuti oleh pemerintah, lembaga keuangan/ perbankan, industri pemasok, asosiasi, negara tujuan ekspor dan negara pesaing.

Sedangkan alternatif strategi yang lebih diprioritaskan adalah penciptaan iklim usaha kondusif, diikuti oleh peningkatan promosi dan informasi pasar serta penguatan keterkaitan aktivitas dalam rantai nilai, walaupun bobot setiap alternatif strategi tidak jauh berbeda.