

Faktor market forces terhadap pertumbuhan/growth perusahaan jasa konstruksi (kontraktor) di Indonesia

Eva Sari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=85601&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan dalam globalisasi dan perdagangan bebas menuntut perusahaan jasa konstruksi di Indonesia untuk terus bertahan, meningkatkan keuntungan, bertumbuh dan juga memiliki kemampuan untuk bersaing. Hal ini tentu saja tidak mudah karena terdapat tiga faktor permasalahan yang mempengaruhi kesuksesan perusahaan jasa konstruksi yaitu faktor Internal, Eksternal dan market forces. Mencari faktor-faktor apa saja yang terdapat dalam market forces baik internal dan eksternal perusahaan yang menghambat pertumbuhan/growth perusahaan jasa konstruksi di Indonesia dan juga seberapa besarr pengaruh dan peluang permasalahan tersebut terhadap growth. Dari pencarian fakta tersebut dapat menjawab suatu dugaan sementara bahwa permasalahan internal dan eksternal market forces dalam perusahaan akan menurunkan pertumbuhan/growth perusahaan jasa konstruksi. Pembuktian dilakukan melalui survai dan wawancara yang kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan analisis statistik, non statistik, korelasi, regresi, faktor, variabel penentu, uji model, validasi dan simulasi. Bila teridentifikasi permasalahan faktor market forces yang paling signifikan terhadap pertumbuhan akan dapat memberikan kontribusi bagi perusahaan jasa konstruksi (kontraktor) di Indonesia mengalami peningkatan kinerja melalui perubahan terhadap manajemen strategisnya untuk pengembangan yang lebih lanjut.

The competitiveness in globalization and free world trade pushed to construction companies in Indonesia continually endeavor to have sustainability, profitability, growth and competitive ability. Absolutely to make it all is not easy to do, because there were three problem factors that have massive influences to company's success performance, those are Internal, External and Market Forces factors. Finding out what kind of factors of Market Forms which are internal and external inside that make the growth not increasing and also how big the influence and probability of obstacles to growing up. Those facts could communicate the hypothesis that the internal and external obstacles of market forces in company will decrease the growth of Construction Company. To seek the answer of hypothesis by surveying and interviewing and used to analyze by using statistic analysis, non-statistic analysis, correlation, regression, factor analysis, model tests, validation and simulation. If the significant obstacles to grow can be identified, could propose contribution for Construction Company in Indonesia to increase the success performance by strategic management changing for sustainable development in the future.