

Pengaruh faktor market forces terhadap kinerja daya saing (competitiveness) pada perusahaan jasa konstruksi (kontraktor) di Indonesia

Tri Handini Susiwi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=85603&lokasi=lokal>

Abstrak

Kesuksesan suatu perusahaan dilihat dari kinerja perusahaan tersebut dalam meningkatkan keuntungan (profitable), dapat bertumbuh (Growing), dapat mempertahankan kelangsungan hidup (Sustainable), dan mampu bersaing (Competitiveness). Hal tersebut merupakan pedoman arah strategis hampir semua organisasi bisnis, khususnya usaha jasa konstruksi (kontraktor). Di Indonesia, kemampuan bersaing perusahaan-perusahaan jasa konstruksi masih dirasakan sangat lemah. Padahal di dalam era perdagangan bebas, kemampuan daya saing merupakan salah satu ukuran kinerja suksesnya perusahaan. Untuk mengantisipasi hal tersebut dan untuk meningkatkan kemampuan daya saing dalam era globalisasi, faktor market forces (Kekuatan Pasar) pada industri konstruksi perlu dikelola dengan baik. Permasalahan market forces yang banyak terjadi di dalam suatu perusahaan biasanya berhubungan dengan lemahnya kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia dan organisasi perusahaan, khususnya organisasi di bidang pemasaran. Kemampuan menganalisa permasalahan pada faktor market forces adalah salah satu hal yang menentukan dalam meningkatkan daya saing perusahaan jasa konstruksi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh faktor Market Forces sehingga dapat meningkatkan daya saing perusahaan jasa konstruksi serta untuk menganalisis seberapa besar pengaruh market forces tersebut terhadap kinerja daya saing perusahaan jasa konstruksi (kontraktor) di Indonesia. Dengan analisis SPSS diketahui bahwa faktor perusahaan yang gagal dalam melakukan proses pengembangan inovasi serta adanya budaya perusahaan yang cenderung negatif terbukti secara signifikan mempengaruhi kinerja daya saing (Competitiveness) perusahaan jasa konstruksi. Pada akhirnya dengan mengetahui hal tersebut di atas, tentunya akan lebih mudah bagi perusahaan jasa konstruksi untuk mengelola faktor market forces dalam meningkatkan daya saing perusahaan.

<hr>

The success of a company is reflected by its performance in profitability, growth, sustainability, and competitiveness. Those are the strategic aims of all business organizations. The competitive capability among construction companies in Indonesia is very low. Whilst in free trade era, competitive capability is the core of company success. To anticipate this problem and to advance competitive capability, well-managed marketing in Construction Company is the key. Marketing which happens to be the major problem is usually related to low capability of company in carrying out the market. Marketing strategy capability in a company turns out to be a crucial problem that needs better dealing. The improvement can be reached by knowing marketing objectives, strategies, and tactics to be used by a company in accomplishing the entire company goals. Hence, marketing is one of the biggest factors that mostly occur in a company failure.

This research is done to identify market forces factors in a Construction Company that can decrease, the company's competitive performance, and to analyze the effect of market forces factors towards the

company's competitive performance. By using SPSS analysis, it is proven that failing in applying innovation development process and a negative trend in corporate culture is factors that significantly influence the company's competitive performance. Thus, in determining those factors above, construction companies can easily manage market forces factors in order to improve the companies' competitiveness.