



INTISARI

Daya saing suatu bangsa ditentukan oleh kemampuan daya saing dari pelaku pembangunan atau pelaku usaha, kemampuan daya saing masyarakatnya dan kemampuan daya saing negara. Dari perpektif perusahaan, daya saing merupakan kemampuan berkompetisi sebuah perusahaan. Kemampuan kompetisi itu bisa dilihat dari penguasaan pasar, pangsa pasar, dan tingkat keuntungan perusahaan. Daya saing adalah gambaran bagaimana suatu bangsa termasuk perusahaan-perusahaan dan SDM-nya mengendalikan kekuatan kompetensi yang dimilikinya secara terpadu guna mencapai kesejahteraan dan keuntungan. Tujuan dari penelitian ini adalah menentukan variabel-variabel yang mmepengaruhi daya saing industri manufaktur dan industri kreatif, menentukan bobot kriteria, dan membuat strategi serta rencana aksi pengembangan daya saingnya.

Penelitian ini dilakukan dalam tiga tahapan. Tahap pertama adalah melakukan analisis kerangka teoritik tentang model pengembangan daya saing industri manufaktur dan industri kreatif. Ada dua variabel yang mempengaruhinya yaitu sasaran pengembangan industri dan karakteristik industri. Metode SEM digunakan untuk menggambarkan hubungan antar variabel. Tahap kedua adalah menentukan bobot prioritas dari kriteria dan subkriteria yang digunakan dalam model. Tahap ketiga adalah pengembangan model daya saing kedua industri melalui pemilihan alternatif strategi dengan melakukan analisis SWOT, membuat matriks IFAS, EFAS, dan Matriks Internal Eksternal.

Analisis konfirmatori dengan SEM untuk industri manufaktur menghasilkan nilai *probability* model sebesar 0,071 telah memenuhi indeks pengukuran yang dipersyaratkan. Indikator daya saing untuk *manufacturing strategy* berbobot 0,48, *competitive strategy* berbobot 0,2, kemitraan berbobot 0,16 dan teknologi berbobot 0,16. Berdasarkan analisis IFAS, EFAS, dan Matriks Internal Eksternal, maka terdapat enam strategi untuk meningkatkan daya saing industri manufaktur yaitu: (1) Peningkatan kualitas hasil produksi dengan strategi *cost leadership & differentiation* untuk memperluas jalur pemasaran dan meningkatkan potensi pasar, (2) Peningkatan jalinan kemitraan antara pemasok, pelanggan dan pesaing dengan menjamin ketersediaan SDM melalui dukungan pemerintah, (3) penekanan biaya produksi dengan efisiensi SDM dan pengembangan teknologi baru, (4) peningkatan penggunaan teknologi manufaktur & teknologi informasi untuk meningkatkan fleksibilitas dan daya tawar, (5) peningkatan dukungan pemerintah untuk meminimalkan pembajakan dan penanganan HKI, dan (6) peningkatan kemampuan teknologi untuk mengembangkan produk baru.

Analisis konfirmatori dengan SEM untuk industri kreatif menghasilkan nilai *probability* model sebesar 0,128 telah memenuhi indeks pengukuran yang dipersyaratkan. Indikator daya saing untuk *manufacturing strategy* berbobot 0,47, *competitive strategy* berbobot 0,21, kemitraan berbobot 0,15 dan teknologi berbobot 0,17. Berdasarkan analisis IFAS, EFAS, dan Matriks Internal Eksternal, maka terdapat sepuluh strategi untuk meningkatkan daya saing industri kreatif yaitu: (1) Peningkatan daya saing industri kreatif melalui pemanfaatan bahan baku, SDM dan potensi pasar, (2) Penguatan hubungan kemitraan antara pemerintah dan pelaku usah



(3) Pembentukan basis teknologi untuk mendukung perkembangan industri kreatif, (4) Meningkatkan keunggulan bersaing melalui efisiensi dan produktivitas, (5) Meningkatkan upaya untuk menciptakan penghargaan terhadap HKI, (6) Peningkatan kemampuan SDM dalam memanfaatkan bahan baku, (7) Peningkatan dukungan pemerintah untuk meminimalkan pembajakan dan penanganan HKI, (8) Penguatan iklim usaha yang kondusif untuk mendukung investasi teknologi baru, (9) Peningkatan apresiasi terhadap budaya dan produk lokal yang berkualitas, dan (10) Penciptaan skema dan lembaga pembiayaan yang mendukung berkembangnya industri kreatif.

Kata kunci : daya saing, industri manufaktur, industri kreatif, *structural equation modelling*, analisis SWOT



ABSTRACT

The competitiveness of a nation is determined by the competitiveness of development actors or businesses, the ability of society and the competitiveness of the country's competitiveness. From the perspective of companies, competitiveness is the ability of a company to compete. The ability of the competition can be seen from the market share, market share, and profitability of the company. Competitiveness is an overview of how a nation including companies and human resources to control the strength of its competence in an integrated manner in order to achieve prosperity and profit. The problem faced is the need for the development of models of industrial competitiveness of manufacturing and creative industries are able to determine the variables that influence, determine the weight criteria, and create a strategy and action plan development of its competitiveness.

This research was conducted in three phases. The first stage is to analyze the theoretical framework of the model of development of the competitiveness of manufacturing industries and creative industries. There are two variables that influence that targets industrial development and industry characteristics. SEM methods are used to describe relationships between variables. The second phase is to determine the priority weighting of criteria and sub-criteria used in the model. The third stage is the development of models of both industrial competitiveness through alternative electoral strategy by conducting a SWOT analysis, make IFAS matrix, EFAS, and Internal External Matrix.

Confirmatory analysis by SEM for the manufacturing industry generates value of 0.071 probability models have met the required measurement index. Indicators for manufacturing competitiveness strategy weighs 0.48, weighs 0.2 strategy competitive, partnership weighing 0.16 and 0.16 weighted technology. Based on the analysis of IFAS, EFAS, and Internal External Matrix, then there are six strategies to improve the competitiveness of manufacturing industry are: (1) Improvement of the quality of production with cost leadership and differentiation strategy to expand marketing channels and increase market potential, (2) Increased partnership between suppliers , customers and competitors by ensuring the availability of human resources through government support, (3) suppression of production costs with the efficiency of human resources and the development of new technologies, (4) increased use of manufacturing technology and information technology to improve flexibility and bargaining power, (5) an increase in government support to minimize piracy and HKI management and (6) increasing technological ability to develop new products.

Confirmatory analysis by SEM for the creative industries generate value amounted to 0.128 probability models already meet the required measurement index . Indicators for manufacturing competitiveness strategy weighs 0.47 , 0.21 weighty competitive strategy , partnerships weighing 0.15 and 0.17 weighted technology . Based on the analysis of IFAS , EFAS , and Internal External Matrix , then there are ten strategies to improve the competitiveness of the creative industries , namely : (1) Improving the competitiveness of creative industries through utilization of raw materials, human resources and market potential, (2) Strengthening the partnership



between the government and actors need (3) Establishment of technology base to support the development of creative industries, (4) Improve competitive advantage through greater efficiency and productivity, (5) Increase efforts to create respect for HKI, (6) Increasing human resource capabilities in the use of raw materials, (7) Increased government support to minimize piracy and HKI management, (8) The strengthening of a conducive business climate to support investment in new technology, (9) Increased appreciation of the culture and quality of local products, and (10) The creation schemes and financial institutions that support the development of the industry creative.

Keywords : competitiveness , manufacturing industry, creative industry, structural equation modeling, SWOT analysis



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENGEMBANGAN MODEL DAYA SAING INDUSTRI MANUFAKTUR DAN INDUSTRI KREATIF

LUKMANDONO, Ir. Alva Edy Tontowi, M.Sc., Ph.D ; Andi Sudiarmo, S.T., M.T., M.Sc., Ph.D ; Dr. Hargo Utomo, MBA,

Universitas Gadjah Mada, 2015 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>