

Analisis struktur daya saing, tata kelola rantai nilai global dan strategi pengembangan industri apparel Indonesia = Analysis on global value chain competitiveness and development strategy of Indonesia apparel industry

Ramon Bangun, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20453972&lokasi=lokal>

Abstrak

Paper ini bertujuan untuk mengetahui struktur daya saing dan pola tata kelola rantai nilai industri apparel Indonesia dalam rantai nilai global serta mengembangkan strategi industri apparel Indonesia masa depan. Penelitian ini merupakan studi kasus untuk meneliti faktor-faktor yang menyebabkan industri apparel Indonesia mampu bertahan ditengah persaingan global meskipun diterpa berbagai permasalahan. Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir pertumbuhan industri apparel Indonesia melambat. Untuk memahami lebih jauh mengapa industri apparel Indonesia mengalami stagnasi, dilakukan analisis rantai nilai dan melihat faktor pembatas dengan model sistem dinamis. Struktur daya saing unik telah terbentuk pada industri apparel Indonesia, dimana temuan penelitian menunjukkan bahwa yang menyebabkan industri apparel Indonesia mampu bertahan ditengah persaingan global adalah keberhasilan memproduksi barang medium-up, yang utamanya ditentukan oleh 2 faktor dari Cho, yaitu: 1 wirausaha dan 2 peluang serta satu faktor baru, yaitu 3 hubungan historis berdasarkan trust. Akibat dari keberhasilan memproduksi barang medium-up, dua faktor yaitu: 4 tenaga kerja serta 5 manajer dan insinyur professional, yang tadinya merupakan penghambat merubah menjadi pendorong peningkatan daya saing industri apparel Indonesia. Penyebab adanya stagnasi pada ekspor produk apparel adalah karena industri apparel Indonesia hanya melakukan aktivitas yang bernilai tambah rendah, dimana tingkatan keterlibatan pada rantai nilai adalah original equipment manufacturing OEM. Meskipun sudah memproduksi produk yang medium-up, pada umumnya industri apparel Indonesia belum siap untuk memasuki ODM dan OBM karena keterbatasan sumber daya. Pola tata kelola adalah relational. Disamping itu, penyebab lain adalah kurangnya kapasitas produksi. Jadi, strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan share ekspor adalah dengan membuat kebijakan yang membuat entrepreneurs berminat untuk melakukan investasi dalam rangka meningkatkan kapasitas SDM serta kapasitas mesin dan peralatan.

<hr />

This paper aims to identify the competitiveness structure and the value chain governance pattern of Indonesia apparel industries in global value chain and also develop future strategy of Indonesia apparel industry. The research is a case study to determine the factors that enable Indonesian apparel industry to survive in global competition even hit by several problems using Cho rsquo s Nine Factor model. Although Indonesia apparel industry can survive in global competition, the growth gets slower. In order to analyze why Indonesia apparel industry is stagnant, an analysis on Gereffi rsquo s value chain model is conducted, and restricting factors are analyzed by using a system dynamics model. Unique competitiveness structure has been developing in Indonesia apparel industry, where the research shows that Indonesia apparel industry rsquo s competitiveness is caused by the movement to medium up products. The drivers are only two out of nine Cho rsquo s factors, namely 1 entrepreneurs and 2 opportunities. There is one new factor that makes the movement become successful, which is 3 historical relationship based on trust. As the result of the product

upgrading to medium up goods successfully, there are two other factors that support the enhancement of the Indonesia apparel industry competitiveness, namely 4 workers and 5 professional. While, three factors hindering competitiveness, which are 6 business environment, 7 supporting and related industry, and 8 politicians and bureaucrats, could be solved even by increasing cost. And 9 domestic demand, even though it does not hinder, it does not support the competitiveness. The reason that the export is stagnant is that Indonesia apparel industry only involves in lower value added activity, where the stage of involvement in value chain is original equipment manufacturing OEM . In gneral, Indonesia apparel industry is not ready to perform functional upgrading to original design manufacturing ODM and or original brand name manufacturing OBM , due to the limitation of resources. The workers and professionals are enough for OEM, but have to increase to perform funcrional upgrading to ODM and or OBM. The value chain governance pattern is relational. The strategies that can be done in order to promote Indonesia apparel industry are to encourage entrepreneurs to invest in order 1 to increase the capacity of workers and professionals, both quality and quantity 2 to increase the production capacity.