



## Analisis Struktur Kekuatan Persaingan dan Cluster Industri

**Eka Virgiawan Listanto**

Universitas 17 agustus 1945 surabaya

**Fitriana Dewi Oktaviani Silaen**

Universitas 17 agustus 1945 surabaya

**Muhammad yasin**

Universitas 17 agustus 1945 surabaya

Alamat: Jl. Semolowaru no. 45

Korespondensi penulis: [fitriana3898@gmail.com](mailto:fitriana3898@gmail.com)

**Abstract:** *Industry clusters, which consist of a group of companies related geographically and sectorally, have become the focus of attention in regional economic and business strategy studies. This study uses an industrial structure analysis approach to understand the strength of competition within an industry cluster. Some of the factors analyzed include the level of industry concentration, new entries, bargaining power of buyers and suppliers, as well as product or service substitution. The data used in this study includes information about the companies that are members of the industrial cluster studied. The research method used includes secondary data collection, such as company financial reports, industry data, and related publications. In addition, interviews with industry stakeholders were also conducted to gain deeper insights into the structure of competitive forces and the factors that influence industrial clusters. The results of the analysis show that the structure of competitive forces in industry clusters can vary depending on the industrial sector studied. This research contributes to our understanding of how the structure of competitive forces and industry clusters can shape a competitive business environment, as well as providing useful insights for the development of effective business strategies within industry clusters.*

**Keywords:** *Competitive Strength Structure, Industry Clusters, Industry Analysis, Business Competition, Business Strategy*

**Abstrak:** Cluster industri, yang terdiri dari sekelompok perusahaan yang berkaitan secara geografis dan sektorial, telah menjadi fokus perhatian dalam studi ekonomi regional dan strategi bisnis. Studi ini menggunakan pendekatan analisis struktur industri untuk memahami kekuatan persaingan di dalam cluster industri. Beberapa faktor yang dianalisis meliputi tingkat konsentrasi industri, entri baru, kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok, serta substitusi produk atau layanan. Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup informasi tentang perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam cluster industri yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan meliputi pengumpulan data sekunder, seperti laporan keuangan perusahaan, data industri, dan publikasi terkait. Selain itu, wawancara dengan para pemangku kepentingan industri juga dilakukan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai struktur kekuatan persaingan dan faktor-faktor yang mempengaruhi cluster industri. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur kekuatan persaingan dalam cluster industri dapat bervariasi tergantung pada sektor industri yang diteliti. Penelitian ini berkontribusi pada pemahaman kita tentang bagaimana struktur kekuatan persaingan dan cluster industri dapat membentuk lingkungan bisnis yang kompetitif, serta memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan strategi bisnis yang efektif di dalam cluster industri

**Kata Kunci:** Struktur Kekuatan Persaingan, Cluster Industri, Analisis Industri, Persaingan Bisnis, Strategi Bisnis.

## LATAR BELAKANG

Dalam menemukan peluang industri, perusahaan harus menggunakan strategi bersaing yang efektif (rahma & pradhanawati, 2020). Salah satunya menggunakan model 5 kekuatan porter (meftahudin, putranto & wijayanti, 2018) porter berpendapat bahwa inti dari perumusan strategi bersaing perusahaan adalah kemampuan untuk menghubungkan perusahaan dengan masalah lingkungan dimana perusahaan tersebut berada, proter berpendapat bahwa meskipun lingkungan relevan tempat dimana perusahaan berada sangat luas tetapi lingkungan dimana perusahaan tersebut berada hanya meliputi lingkungan sosial dan lingkungan ekonomi, politik, hukum, budaya dan lain-lain.

Menurut porter (1990), cluster sebagai sekumpulan perusahaan dan Lembaga-lembaga terkait dibidang tertentu yang berdekatan secara geografis dan saling terikat karena kebersamaan. Hahkikatnya dari persaingan suatu industri dapat dilihat sebagai kombinasi atas lima kekuatan yaitu persaingan antar perusahaan sejenis, masuknya pesaing baru, produk substitusi, kekuatan tawar menawar penjual/pemasok, kekuatan tawar menawar pembeli/konsumen. Cluster industri memiliki arti yaitu kelompok industri yang saling berhubungan ataupun terikat yang melaksanakan ikatan bisnis serta keahlian dan teknologi yang seragam sebab terdapatnya aspek penciptaan Bersama.

## KAJIAN TEORITIS

### Kekuatan porter

Porter (2007) struktur industri mempunyai pengaruh kuat dalam menentukan aturan main persaingan selain juga strategi-strategi yang secara potensial tersedia bagi perusahaan. Porter five force (5 kekuatan porter) suatu metode yang digunakan untuk melakukan bantuan dan Analisa kekuatan kompetitif didalam suatu industri yang mampu membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri tersebut. 5 kekuatan porter ini bisa diterapkan dalam berbagai segmen ekonomi agar dapat memahami tingkat persaingan dalam industri dan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka yang Panjang. Model Analisa bisnis ini pertama kali dikembangkan dan ditemukan oleh Michael E porter yang ditulis dalam bukunya dengan judul “*competitive strategy: techmiques for analyzing industries and competitors*” yang telah diterbitkan

pada tahun 1980 lalu. Lima kekuatan porter terdiri dari 5 faktor persaingan yang diterapkan bisnis pada produk dan situasi mereka sendiri.

Porter (1985) mengajukan model lima kekuatan sebagai alat untuk menganalisis lingkungan persaingan industri yaitu sebagai berikut ini :

1. Ancaman pendatang baru

Ancaman pendatang baru ini berasal dari para competitor lama seiring dengan berkembangnya usaha muncul juga ancaman dari para produsen baru. Masuknya pemain baru dalam industri akan membuat persaingan menjadi ketat yang pada akhirnya dapat menyebabkan turunnya laba yang diterima bagi semua perusahaan.

2. Ancaman produk pengganti

Merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Adanya produk pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang didapat dari suatu industri. Makin menarik alternatif harga yang ditawarkan oleh produk pengganti makin ketat pembatasan laba dari suatu industri sehingga dengan semakin banyak ragam barang dan jarang terciptanya produk pengganti juga mempengaruhi pendapatan perusahaan.

3. Kekuatan tawar menawar pembeli

Daya tawar pembeli pada industri berperan dalam menekan harga untuk turun serta memberikan penawaran dalam hal peningkatan kualitas ataupun layanan lebih dan membuat competitor saling bersaing satu sama lain. Pada proses penawaran terkadang melebihi atau berada posisi tingkat paling bawah. Janganlah kiranya harga yang ditawarkan sama dengan biaya produksi karena jika hal ini terjadi maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

4. Kekuatan tawar menawar pemasok

Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap pembeli dalam industri dengan cara menaikkan harga atau menurunkan harga semurah mungkin dengan kualitas yang tinggi. Dengan cara ini perusahaan tersebut akan memperoleh kompetisi yang baik dibandingkan dengan perusahaan yang baik.

5. Persaingan antar competitor

Menurut porter persaingan antar pesaing dalam industri yang sama ini menjadi pusat kekuatan persaingan competitor dalam hal ini adalah pemain yang

menghasilkan serta menjual produk sejenis yang bersaing merebutkan pasar banyak dari perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama saat ini tidak hanya berkompetisi pada harga saja tetapi telah berkembang jauh lagi.

### **Cluster industri**

Cluster industri merupakan konsentrasi geografis dari perusahaan dan institusi yang saling berhubungan pada sektor tertentu yang saling berhubungan karena kebersamaan dan saling melengkapi (porter, 1990). Cluster industri mendorong perusahaan-perusahaan yang didalamnya untuk saling bekerjasama dan bersaing satu sama lain. Menurut Schmitz & Musyck (1994) cluster industri adalah sekelompok industri sejenis di lokasi tertentu yang muncul dari keberadaan pekerja dengan keterampilan yang sama atau kepentingan yang sama dari pelaku usaha. JICA mendefinisikan cluster industri sebagai pemusatan geografis industri-industri terkait dan kelembagaan-kelembagaannya.

## **METODE PENELITIAN**

Data untuk penelitian ini adalah data penelitian kepustakaan, untuk memperoleh data dengan mempelajari dan menggunakan berbagai sumber data melalui literatur jurnal maupun literatur lainnya dengan fokus kajian tanpa perlu observasi lapangan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Cluster Industri**

Istilah klaster mempunyai pengertian harfiah sebagai kumpulan, kelompok, himpunan atau gabungan obyek tertentu yang memiliki kesamaan atau atas dasar karakteristik tertentu. Dalam konteks ekonomi/bisnis, klaster industri merupakan terminology yang mempunyai pengertian khusus tertentu walaupun begitu dalam literatur istilah klaster industri diartikan dan digunakan secara beragam.

Secara umum Michael porter mendefinisikan klaster industri sebagai konsentrasi geografis dari beberapa perusahaan yang saling berhubungan dan Lembaga pada bidang tertentu. (Menzel dan fornahl, 2009), dalam hal ini menjelaskan bahwa dalam sebuah klaster industri tidak hanya terdiri dari erusahaan namanya juga didukung oleh adanya institusi-institusi lainnya, jadi dapat dikatakan pula bahwa klaster industri merupakan sekumpulan perusahaan dan Lembaga-lembaga terkait dibidang tertentu yang

berdekatan secara geografis dan saling terkait karena kebersamaan dan komplementaritas (porter, 2000).

### **Pembentukan dan Pengembangan Klaster**

Analisis mengungkapkan bahwa kebijakan klaster dilaksanakan oleh program klaster nasional dan daerah. Juga ditentukan bahwa elemen penting dari kebijakan klaster adalah identifikasi sumber keuangan dan orang-orang yang bertanggung jawab atas pelaksanaan program-program ini.

Instrumen-instrumen dapat diterapkan oleh aktor kebijakan klaster yang didefinisikan dalam arti luas (tidak hanya pemerintah, tetapi juga aktor lain). Aktor-aktor ini dapat diringkas dalam kelompok a) bisnis, yang mengacu pada mereka yang secara aktif berkontribusi penggunaan instrumen kebijakan klaster untuk memenuhi syarat sebagai aktor kebijakan klaster, b) asosiasi, c) aktor pemerintah di tingkat spasial, d) universitas, lembaga pendidikan dan pelatihan, dan lembaga penelitian, e) inisiatif klaster atau “lembaga untuk kolaborasi” (Sölvel, Lindqvist dan Ketels 2003) yang kemungkinan besar akan menjadi forum jaringan pusat kluster jika ada, dan f) aktor lain. Seringkali instrumen akan digunakan secara kolaboratif yang membutuhkan kontribusi dari berbagai aktor.

### **Kebijakan Klaster dan Strategi Klaster**

Fitur umum dari evolusi klaster dan pengembangan regional adalah bahwa mereka tidak dapat diprediksi atau proses standar; mereka kompleks dan bertingkat, dan harus diperlakukan sesuai (Fløysand & Jakobsen, 2011). Namun, memfasilitasi proses tersebut dianggap mungkin, sehingga menarik untuk ‘membimbing’ dan memfasilitasi pembangunan daerah (Martin, 2010). Misalnya, dalam pengaturan geografis, kerangka kerja untuk ‘spesialisasi cerdas’ didasarkan pada alasan bahwa adalah mungkin untuk merangsang keunggulan endogen (kompetitif) lokal dengan membangun kontinjensi sebelumnya dan (meng-untungkan) jalur pengembangan dengan meng-khususkan diri dalam sifat-sifat unik (regional). Pada saat yang sama, perdebatan akademis tentang evolusi klaster dewasa telah menempatkan penekanan utamanya pada skala sebagai sumber pengembangan klaster (yang terkenal dengan label buzz global dan saluran pipa global; Bathelt et al., 2004).

Namun, seperti yang ditunjukkan, perspektif evolusioner juga menyoroti ruang lingkup sebagai sumber penting pengembangan dan inovasi. Berdasarkan pembahasan

teoretis di atas, telah konseptualisasikan tiga strategi kebijakan untuk pengembangan klaster yang matang: ‘*monocropping*’, ‘*hubbing*’ dan ‘*blending*’. Ini adalah strategi yang diidealkan, dan masuk akal untuk mengasumsikan bahwa elemen dari semua strategi ini ada dalam proyek klaster.

Namun, strategi ini mungkin berguna untuk tujuan konseptual dan sebagai kerangka kerja analitis untuk menilai dimensi skala dan ruang lingkup dalam pengembangan proyek klaster dan kontribusinya terhadap pembaruan jalur regional.

### ***Monocropping***

Strategi *monocropping* bertujuan untuk memperkuat klaster sebagai lingkungan khusus regional. Ini dalam banyak hal persepsi ‘klasik’ dari sebuah klaster dan sangat mirip dengan gagasan distrik Marshallian dan operasionalisasi gagasan Porter tentang klaster oleh pembuat kebijakan. Strategi *monocropping* dimaksudkan untuk mengembangkan kepercayaan antara perusahaan yang berlokasi bersama dan untuk meningkatkan tingkat spesialisasi dan ikatan klaster. Buzz lokal didukung dan dipelihara, dan strategi tersebut dapat mendorong pengembangan kepercayaan dan ikatan sosial antar anggota klaster. Ini juga dapat memfasilitasi pengembangan identitas klaster umum di antara anggotanya. Dengan kata lain, strategi ini diarahkan untuk merangsang, atau mendorong, terjadinya eksternalitas Marshall dan ekonomi lokasi. Meskipun Marshall tidak secara eksplisit menyatakannya, hubungan dan atau kerjasama dengan perusahaan di luar distrik dianggap minimal. (Mardiana & Tampubolon, 2021)

*Monocropping* dapat menjadi penting untuk klaster yang muncul yang kekurangan jaringan dan ikatan (regional) yang kuat di antara anggotanya. Jika strategi tersebut digunakan untuk klaster yang matang, seperti proyek dalam program NCE, strategi tersebut dapat membantu peningkatan klaster melalui peningkatan fungsi dan organisasi yang efisien dari hubungan rantai nilai regional. Dengan demikian, strategi ini mencerminkan pandangan klaster sebagai rantai nilai. Diyakini bahwa strategi ini, yang diterapkan dalam klaster yang matang, terutama akan mengarah pada perluasan jalur regional, yaitu, lebih dari yang sama. Karena jaringan bersifat regional dan jangkauan pengetahuan serta afiliasi industri sempit (sehingga rentan terhadap pengaruh seperti fluktuasi pasar, regulasi politik, atau akses ke faktor input), strategi ini juga

dapat menyebabkan penguncian regional yang negatif dalam jangka panjang. (Mardiana & Tampubolon, 2021)

### ***Hubbing***

Seperti dibahas di atas, pemahaman umum tentang evolusi klaster, baik dalam literatur mau- pun program klaster, terkait dengan perluasan skala klaster. Penamaan strategi ‘*hubbing*’ ini, biasanya digunakan untuk mengembangkan klaster ‘tradisional’ (khusus regional) melalui perluasan hubungan geografis, yaitu memperluas wilayah dampak geografis mereka. Terkait dengan ini juga merupakan alasan bahwa perluasan tersebut harus spesifik sektor (yaitu, klaster terspesialisasi), karena strategi *hubbing* menekankan pentingnya membangun jaringan pipa eksternal berdasarkan bidang keahlian khusus sektor klaster. Dengan demikian, strategi *hubbing* berarti bahwa klaster membangun persimpangan baru atau titik berkumpul di luar area inti geografis asli klaster, dan terkait dengan pemanfaatan skala. Strategi-strategi tersebut dimaksudkan untuk melengkapi dan selanjutnya mengem- bangkan klaster khusus melalui jalur pipa ekstra- regional dan pengembangan hubungan dengan pelaku khusus di luar klaster. (Mardiana & Tampubolon, 2021)

Strategi tersebut menyiratkan pengembangan ikatan ekstra-regional dengan mitra industri dan lingkungan penelitian yang relevan dan sangat kompeten, baik di tingkat nasional maupun internasional – dengan mengorbankan membangun hubungan dengan perusahaan di cabang terkait. Klaster juga dapat membangun ‘satelit’ atau ‘simpul’ di lingkungan yang relevan, baik secara nasional maupun internasional. Jaringan ekstra-regional ini akan mendorong klaster untuk berinovasi dan merangsang proses pembelajaran dan pengembangan. Namun, ketika fokusnya adalah pada tingkat ekstra- regional, mungkin menjadi tantangan untuk mendorong dan mempertahankan buzz lokal. Dipercaya percaya bahwa strategi klaster ini dapat berkontribusi baik pada pembaruan jalur regional maupun perluasan jalur regional. (Mardiana & Tampubolon, 2021)

### ***Blending***

Cara alternatif untuk memfasilitasi evolusi klaster yang matang adalah dengan memperluas cakupannya. Strategi *blending* berkaitan dengan kerjasama antara perusahaan terkait dan antara aktor terkait dan lingkungan dalam suatu wilayah. Strategi ini membawa kawasan ini ke depan. Ini adalah tentang memperkuat hubungan

perusahaan yang dikelompokkan ke sektor terkait di suatu wilayah dan merangsang limpahan pengetahuan antara sektor dan aktor yang berbeda, tetapi terkait, yaitu, menjembatani domain pengetahuan terkait dan mendorong inovasi lintas industri. Dengan demikian, isu utamanya adalah untuk memastikan peningkatan klaster dan penguatan kemampuan inovasi perusahaan klaster dengan memfasilitasi ‘pencampuran’ atau ‘pencampuran’ kompetensi yang berbeda tetapi terkait. Akibatnya, strategi pencampuran berkaitan dengan perluasan lingkup industri proyek klaster dengan merangsang kerjasama dan pembelajaran antara perusahaan di cabang terkait dan perusahaan dengan pengetahuan yang berbeda tetapi terkait. Memfasilitasi ikatan lintas industri regional dapat memperkuat kemampuan inovasi perusahaan, meskipun ada risiko penguncian regional yang negatif jika hal ini tidak dikombinasikan dengan pengembangan hubungan ekstra regional. Ada juga risiko bagi fasilitator dalam merangsang jaringan antara perusahaan yang tidak terkait di wilayah tersebut, yang dapat menjadi tidak produktif. (Mardiana & Tampubolon, 2021)

Dengan memperluas cakupan klaster, dan merangsang kolaborasi antara perusahaan terkait dan diversifikasi ke pasar terkait, strategi ini memiliki potensi kuat untuk berkontribusi pada pembaruan regional. Namun, penting untuk dicatat bahwa ini mengandaikan bahwa kolaborasi intraregional dilengkapi dengan hubungan ekstra-regional.

### **Struktur Persaingan**

*Porter five force* (5 kekuatan porter) suatu metode yang digunakan untuk melakukan bantuan dan Analisa kekuatan kompetitif didalam suatu industri yang mampu membantu menentukan kelemahan dan kekuatan dari industri tersebut. 5 kekuatan porter ini bisa diterapkan dalam berbagai segmen ekonomi agar dapat memahami tingkat persaingan dalam industri dan meningkatkan keuntungan perusahaan dalam jangka yang Panjang. Model Analisa bisnis ini pertama kali dikembangkan dan ditemukan oleh Michael E porter yang ditulis dalam bukunya dengan judul “competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors” yang telah diterbitkan pada tahun 1980 lalu. Struktur 5 kekuatan yang dibuat oleh Michael E porter sebagai berikut ini:



1. Ancaman pendatang baru

Ancaman pendatang baru ini berasal dari para competitor lama seiring dengan berkembangnya usaha muncul juga ancaman dari para produsen baru. Masuknya pemain baru dalam industri akan membuat persaingan menjadi ketat yang pada akhirnya dapat menyebabkan turunnya laba yang diterima bagi semua perusahaan.

2. Ancaman produk pengganti

Merupakan barang atau jasa yang dapat menggantikan produk sejenis. Adanya produk pengganti akan membatasi jumlah laba potensial yang didapat dari suatu industri. Makin menarik alternatif harga yang ditawarkan oleh produk pengganti makin ketat pembatasan laba dari suatu industri sehingga dengan semakin banyak ragam barang dan jarang terciptanya produk pengganti juga mempengaruhi pendapatan perusahaan.

3. Kekuatan tawar menawar pembeli

Daya tawar pembeli pada industri berperan dalam menekan harga untuk turun serta memberikan penawaran dalam hal peningkatan kualitas ataupun layanan lebih dan membuat competitor saling bersaing satu sama lain. Pada proses penawaran terkadang melebihi atau berada posisi tingkat paling bawah. Janganlah kiranya harga yang ditawarkan sama dengan biaya produksi karena jika hal ini terjadi maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian.

4. Kekuatan tawar menawar pemasok

Pemasok dapat menggunakan kekuatan tawar menawar terhadap pembeli dalam industri dengan cara menaikkan harga atau menurunkan harga semurah mungkin dengan kualitas yang tinggi. Dengan cara ini perusahaan tersebut akan memperoleh kompetisi yang baik dibandingkan dengan perusahaan yang baik.

5. Persaingan antar competitor

Menurut porter persaingan antar pesaing dalam industri yang sama ini menjadi pusat kekuatan persaingan competitor dalam hal ini adalah pemain yang menghasilkan serta menjual produk sejenis yang bersaing merebutkan pasar banyak dari perusahaan lain yang bergerak pada bidang yang sama saat ini tidak hanya berkompetisi pada harga saja tetapi telah berkembang jauh lagi.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan analisis yang dilakukan, beberapa kesimpulan penting dapat ditarik :

1. Struktur kekuatan persaingan dalam cluster industri dapat bervariasi tergantung pada sektor industri yang diteliti. Faktor-faktor seperti tingkat konsentrasi pasar, entri baru, kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok, serta adanya substitusi produk atau layanan, semuanya dapat mempengaruhi tingkat persaingan di dalam cluster industri.
2. Tingkat konsentrasi pasar memainkan peran penting dalam menentukan kekuatan persaingan di dalam cluster industri. Jika terdapat dominasi perusahaan-perusahaan besar atau oligopoli dalam suatu sektor industri, maka persaingan mungkin menjadi kurang intensif. Namun, jika terdapat banyak perusahaan kecil dan menengah yang aktif dalam cluster industri, persaingan cenderung lebih kuat.
3. Faktor entri baru juga berpengaruh terhadap struktur kekuatan persaingan di dalam cluster industri. Jika hambatan masuk ke dalam cluster industri rendah, seperti biaya rendah atau regulasi yang terbuka, maka kemungkinan munculnya pesaing baru dapat meningkat. Hal ini dapat meningkatkan intensitas persaingan di dalam cluster industri.
4. Kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok juga dapat mempengaruhi struktur kekuatan persaingan dalam cluster industri. Jika pembeli memiliki kekuatan tawar-menawar yang tinggi, mereka dapat mempengaruhi harga dan kondisi persaingan di dalam cluster industri. Begitu pula dengan pemasok yang memiliki kekuatan tawar-menawar yang tinggi

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang dihasilkan, beberapa saran untuk pengembangan penelitian dan praktik bisnis lebih lanjut dapat diajukan:

1. Perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam dan luas untuk memahami struktur kekuatan persaingan dan cluster industri dalam berbagai sektor industri. Hal ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang mempengaruhi persaingan di dalam cluster industri dan implikasinya bagi strategi bisnis.

2. Para pengambil keputusan strategis di perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam cluster industri perlu memperhatikan secara seksama faktor-faktor seperti tingkat konsentrasi pasar, entri baru, dan kekuatan tawar-menawar pembeli dan pemasok. Ini akan membantu mereka dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman, serta mengembangkan strategi bisnis yang sesuai dengan kondisi persaingan di dalam cluster industri.
3. Perlu dilakukan upaya untuk mendorong kolaborasi antara perusahaan-perusahaan dalam cluster industri. Kolaborasi dapat menghasilkan sinergi dan keunggulan bersama, serta meningkatkan daya saing cluster industri secara keseluruhan. Pemerintah dan asosiasi industri dapat memainkan peran penting dalam memfasilitasi kolaborasi ini.
4. Perusahaan-perusahaan yang terlibat dalam cluster industri perlu mengikuti perkembangan teknologi dan tren industri terkini. Inovasi dan adaptasi terhadap perubahan dapat membantu mereka mempertahankan daya saing dan menghadapi persaingan yang semakin ketat.

## DAFTAR REFERENSI

- LP2M. (2022). Lembaga penelitian dan pengabdian masyarakat universitas medan area. Diakses dari <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jmo/article/view/33038/21631>
- Mardiana, & Tampubolon, D. (2021). Kebijakan Klaster Industri Sebagai Strategi Pembangunan Ekonomi Wilayah. *Jurnal Kebijakan Publik*, 12(2), 55–64.
- Menzel dan Fornahl, 2009. Cluster Life Cycles – Dimensions and Rationales of Cluster Evolution. *Jurnal Industrial and Corporate Change* Vol. 19 (1) : 205-238.
- Porter ME. 2000. Local, Competition and Economic Development : Local Cluster in a Global Economy. *Jurnal Economic Development Quarterly*, Vol 14 (1) : 15-34. Harvard Business Review.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, The Free Press, New York, NY.
- Porter, M. E. Alih Bahasa: Suryanto S. (2007). *Strategi Bersaing (Competitive Strategy) Teknik Menganalisis Industri Dan Pesaing*. Tangerang, Indonesia: Karisma Publishing Group.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage*, The Free Press, New York, NY.
- Rahma, A. N., & Pradhanawati, A. (2020). Strategi Bersaing Produk UKM Lunpia Dengan Menggunakan Analisis Five Forces Porter Dan SWOT (Kasus pada UKM Lunpia Kings Semarang), *Undip E-Journal*.
- Retrieved from: <https://ilmumanajemenindustri.com/analisis-lima-kekuatan-porter-porters-five-forces-analysis/>.