

ABSTRAKSI

Sektor agribisnis memiliki prospek yang baik dan tetap dapat dikembangkan terutama karena Indonesia secara tradisional memiliki beberapa keunggulan komparatif baik dari sisi permintaan (*demand side*) maupun penawaran (*supply side*), namun kenyataannya impor produk-produk tersebut masih cukup besar. Hal ini menyebabkan produk agro dalam negeri akan semakin tersisih dengan adanya produk-produk agro dari luar negeri meskipun Indonesia sebagai negara agraris. Mengacu pada fenomena tersebut maka penelitian ini ditujukan untuk menjawab permasalahan mengenai “*bagaimana strategi membangun keunggulan bersaing produk agro dalam negeri*”.

Dalam rangka menjawab permasalahan penelitian yang telah dirumuskan, dikembangkan sebuah model penelitian yang melibatkan empat variabel penelitian yang meliputi variabel skala bisnis dan orientasi inovasi sebagai variabel eksogen dan variabel strategi bersaing dan keunggulan bersaing sebagai variabel endogen. Data mengenai variabel-variabel tersebut diperoleh melalui wawancara dengan menggunakan kuesioner kepada 120 pemilik atau pengelola budidaya agro di Kabupaten Semarang. Data-data tersebut selanjutnya dianalisis dengan menggunakan teknik analisis Structural Equation Modeling (SEM).

Hasil pengujian dengan menggunakan teknik analisis SEM menunjukkan bahwa strategi bersaing terbukti dipengaruhi oleh skala bisnis dan orientasi inovasi yang dimiliki oleh pemilik atau pengelola budidaya agro di Kabupaten Semarang sedangkan untuk meningkatkan keunggulan bersaing dipengaruhi oleh skala bisnis, orientasi inovasi, dan strategi bersaing yang baik.

Kata Kunci : Skala bisnis, orientasi inovasi, strategi bersaing, keunggulan bersaing