

Strategi Orientasi Pada Industri Manufaktur Kabupaten dan Kota

Bagus Ramadhani, Zulfa Nailin Najah, Muhammad Yasin

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Indonesia

*Email@korespondensi (12pt, Times New Roman)¹

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur
60118

Korespondensi penulis: zulfanailinn@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine various orientation strategies applied in the manufacturing industry at the regency and city levels and their impact on the industry's competitiveness. The method used is a literature review by analyzing relevant journals and scientific articles. The results show that market orientation and innovation orientation are the dominant strategies that can improve the performance and competitiveness of regional manufacturing industries. However, several challenges such as limited human resources and technology access affect the implementation of these strategies. Support from local governments and collaboration among industry players, academics, and educational institutions are essential to optimize orientation strategies. This study provides an important overview of the role of orientation strategies in driving the growth of manufacturing industries at the local level.*

Keywords: *Orientation strategy, manufacturing industry, market orientation, innovation orientation, competitiveness, literature review*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji berbagai strategi orientasi yang diterapkan pada industri manufaktur di tingkat kabupaten dan kota serta dampaknya terhadap daya saing industri tersebut. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan menelaah berbagai jurnal dan artikel ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi inovasi menjadi strategi dominan yang mampu meningkatkan kinerja dan daya saing industri manufaktur daerah. Namun, terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia dan akses teknologi yang mempengaruhi implementasi strategi tersebut. Dukungan dari pemerintah daerah dan kolaborasi antara pelaku industri, akademisi, dan lembaga pendidikan sangat diperlukan untuk mengoptimalkan strategi orientasi. Penelitian ini memberikan gambaran penting mengenai peran strategi orientasi dalam mendorong pertumbuhan industri manufaktur di tingkat lokal..

Kata kunci: Strategi orientasi, industri manufaktur, orientasi pasar, orientasi inovasi, daya saing, studi literatur

1. LATAR BELAKANG

Industri manufaktur memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi di tingkat kabupaten dan kota. Selain berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, sektor ini juga mendorong peningkatan nilai tambah produk lokal dan pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, perkembangan zaman, globalisasi, serta dinamika pascapandemi telah menuntut pelaku industri untuk menerapkan strategi yang adaptif dan berorientasi jangka panjang. Salah satu pendekatan strategis yang dianggap relevan adalah penerapan strategi orientasi, yang mencakup orientasi pelanggan, orientasi terhadap pesaing, koordinasi antarfungsi, serta pemanfaatan teknologi. Menurut Sugiono (2009), orientasi semacam ini merupakan bagian penting dari strategi bisnis yang mampu meningkatkan daya saing perusahaan. Di era yang serba cepat dan kompetitif,

Received Juli 28, 2025; Revised Agustus 30, 2025; September 16, 2025

* Bagus Ramadhani, zulfanailinn@gmail.com

Strategi Orientasi Pada Industri Manufaktur Kabupaten dan Kota

pemahaman terhadap kebutuhan pasar dan kemampuan berinovasi menjadi kunci untuk mempertahankan eksistensi usaha, baik skala kecil, menengah, maupun besar. Beberapa studi menunjukkan bahwa pelaku industri yang memiliki orientasi pasar yang kuat cenderung memiliki kinerja yang lebih baik, terutama dalam hal efisiensi produksi, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan usaha. Meski demikian, masih banyak industri manufaktur di tingkat daerah yang belum sepenuhnya mengadopsi pendekatan ini secara optimal. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana strategi orientasi diterapkan dalam industri manufaktur di kabupaten dan kota, serta sejauh mana pendekatan ini dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan sektor manufaktur di wilayah tersebut.

2. KAJIAN TEORITIS

Secara teoritis, orientasi strategi merupakan bentuk pendekatan organisasi dalam merespon tantangan eksternal dan memaksimalkan potensi internal untuk mencapai tujuan jangka panjang. Wheelen dan Hunger (2006) menyebutkan bahwa strategi organisasi mencakup tindakan terencana yang menciptakan keunggulan kompetitif melalui pemanfaatan sumber daya, pengelolaan proses internal, serta respon terhadap lingkungan bisnis. Salah satu bentuk strategi yang banyak diterapkan adalah orientasi pasar. Konsep ini mengacu pada kemampuan organisasi dalam memahami kebutuhan pelanggan, memantau gerak pesaing, serta menciptakan koordinasi antarfungsi internal untuk menghasilkan nilai bagi pasar. Menurut Narver dan Slater (1990), orientasi pasar memiliki korelasi yang kuat terhadap profitabilitas perusahaan dan penciptaan keunggulan jangka panjang. Orientasi pasar dinilai menjadi elemen penting dalam sektor manufaktur karena sifat industrinya yang sangat kompetitif dan dinamis. Di Indonesia, penerapan orientasi pasar dalam industri manufaktur telah menjadi perhatian dalam berbagai kajian. Penelitian Sugiyarti (2015) pada industri pakaian jadi di Semarang menunjukkan bahwa orientasi pasar, jika dikombinasikan dengan inovasi produk, mampu meningkatkan daya saing produk lokal di pasar regional. Temuan serupa diperoleh oleh Fitriani et al. (2022) yang meneliti strategi orientasi di Surabaya dan menemukan bahwa orientasi terhadap pelanggan dan inovasi berbasis teknologi menjadi kunci dalam peningkatan kinerja perusahaan manufaktur skala menengah. Selain faktor internal perusahaan, strategi orientasi juga tidak dapat dilepaskan dari konteks regional. Porter (1990) melalui teori keunggulan kompetitif negara menekankan bahwa daya saing industri sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti dukungan infrastruktur, kebijakan pemerintah daerah, keberadaan industri pendukung, serta sumber daya manusia yang tersedia. Dalam konteks kabupaten dan kota, faktor-faktor ini memainkan peran dalam membentuk ekosistem industri yang mendukung penerapan strategi yang tepat. Berdasarkan teori dan hasil penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi orientasi dalam sektor manufaktur sangat ditentukan oleh kombinasi antara pemahaman pasar, kapasitas inovasi, koordinasi internal perusahaan, serta dukungan lingkungan eksternal di tingkat daerah. Hal ini memberikan landasan yang kuat bagi penelitian untuk mengeksplorasi bagaimana strategi orientasi diimplementasikan

pada industri manufaktur kabupaten/kota, serta pengaruhnya terhadap keberlanjutan dan daya saing industri tersebut.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan dengan mengkaji berbagai sumber pustaka seperti jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan buku-buku teori yang relevan dengan topik strategi orientasi pada industri manufaktur di tingkat kabupaten dan kota. Sumber data diperoleh dari database seperti Garuda Ristek-BRIN, Google Scholar, dan Sinta, dengan kriteria:

1. Terbit dalam 10 tahun terakhir,
2. Berhubungan langsung dengan topik strategi orientasi, orientasi pasar, dan industri manufaktur daerah,
3. Ditulis oleh institusi atau penulis akademik yang kredibel.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri dan menyeleksi literatur berdasarkan kata kunci tertentu, kemudian mencatat informasi penting dari masing-masing sumber, seperti tujuan, metode, dan temuan utama. Selanjutnya, dilakukan analisis isi (*content analysis*) untuk menemukan tema-tema pokok yang berulang dan relevan dengan fokus penelitian. Metode ini dipilih karena efektif untuk mengidentifikasi pola dan pemahaman teoretis terhadap isu yang diteliti tanpa perlu melakukan pengumpulan data lapangan (Haryanto & Sari, 2020).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil studi literatur menunjukkan bahwa strategi orientasi yang paling dominan diterapkan pada industri manufaktur di tingkat kabupaten dan kota adalah orientasi pasar dan orientasi inovasi. Strategi ini berfokus pada pemahaman terhadap kebutuhan konsumen, pengamatan terhadap pergerakan pesaing, serta koordinasi antarfungsi dalam organisasi. Penelitian Fitriani et al. (2022) mengungkapkan bahwa pelaku industri manufaktur di Surabaya berhasil meningkatkan daya saing melalui penerapan strategi yang menyesuaikan produk dengan keinginan pasar serta memanfaatkan teknologi sebagai penunjang operasional. Hal ini memperkuat pandangan bahwa orientasi pasar tidak hanya penting dalam bisnis berskala besar, tetapi juga relevan diterapkan oleh industri kecil dan menengah.

Dalam konteks hubungan antara strategi orientasi dan peningkatan daya saing, ditemukan bahwa perusahaan yang memiliki pemahaman pasar yang baik cenderung

Strategi Orientasi Pada Industri Manufaktur Kabupaten dan Kota

lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan. Hal ini berdampak positif terhadap kinerja pemasaran, loyalitas pelanggan, dan kemampuan untuk mengembangkan produk baru. Astuti et al. (2022) dalam penelitiannya pada UMKM kuliner di Ciputat Timur menemukan bahwa orientasi pasar dan inovasi yang dikelola dengan baik mampu meningkatkan efisiensi pemasaran dan kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi orientasi yang berorientasi pada kebutuhan konsumen serta didukung oleh inovasi menjadi landasan penting dalam membangun keunggulan kompetitif di sektor manufaktur.

Meskipun demikian, implementasi strategi orientasi tidak terlepas dari berbagai hambatan. Industri di daerah sering kali menghadapi keterbatasan modal, kurangnya akses terhadap pelatihan teknologi, serta minimnya tenaga kerja terampil. Selain itu, rendahnya kesadaran akan pentingnya riset pasar turut menjadi faktor penghambat yang signifikan. Haryanto dan Sari (2020) menyatakan bahwa banyak pelaku industri kecil belum sepenuhnya memahami pentingnya strategi berbasis data dan pasar dalam pengambilan keputusan bisnis. Di sisi lain, dukungan dari pemerintah daerah, kemitraan dengan lembaga pendidikan, serta penguatan infrastruktur digital menjadi faktor pendukung yang dapat meningkatkan efektivitas strategi orientasi tersebut. Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahwa strategi orientasi, terutama yang berfokus pada pasar dan inovasi produk, memiliki peran krusial dalam meningkatkan daya saing industri manufaktur di tingkat lokal.

Strategi ini akan lebih efektif apabila diterapkan secara menyeluruh dan terintegrasi dengan dukungan kebijakan, pengembangan sumber daya manusia, serta akses terhadap informasi dan teknologi. Temuan dari berbagai studi literatur ini sejalan dengan pandangan Narver dan Slater (1990) yang menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan kunci utama dalam membentuk keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan strategi orientasi pada industri manufaktur daerah menjadi kebutuhan mendesak untuk menjawab tantangan industri yang semakin kompleks dan kompetitif.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil studi literatur yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi orientasi pasar dan inovasi terbukti penting untuk meningkatkan daya saing industri manufaktur di kabupaten dan kota. Pelaku usaha perlu lebih aktif memahami kebutuhan konsumen dan mengembangkan produk sesuai perubahan pasar. Pemerintah daerah juga harus mendukung dengan menyediakan pelatihan dan akses teknologi, terutama bagi UMKM. Selain itu, kerjasama antara akademisi, lembaga pendidikan, dan pelaku industri akan membantu pengembangan inovasi yang tepat guna. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan industri manufaktur lokal dapat tumbuh lebih kuat dan bersaing di tingkat yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Astuti, M., Prambaudy, K., & Tjiptaningsih, D. S. (2022). Pengaruh orientasi pasar dan inovasi terhadap kinerja pemasaran UMKM. *Benefit: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 45–54.
- Fitriani, Y. N., Penga, J. A. T., & Yasin, M. (2022). Strategi orientasi pada industri manufaktur. *MENAWAN: Jurnal Riset dan Publikasi Ilmu Ekonomi*, 2(3).
- Haryanto, A. T., & Sari, D. A. (2020). Studi literatur: Strategi bisnis UMKM di era digital. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(2), 85–91. <https://garuda.kemdikbud.go.id>
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 54(4), 20–35.
- Porter, M. E. (1990). *The competitive advantage of nations*. Free Press.
- Sugiono. (2009). *Metode penelitian: Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyarti, G. (2015). Membangun keunggulan bersaing produk melalui orientasi pembelajaran, orientasi pasar, dan inovasi produk. *Serat Acitya*, 4(2).
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2006). *Strategic management and business policy*. Pearson Education.