



## Strategi Orientasi Pada Industri Manufaktur

**Yeny Novita Fitriani**

Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [novitafitriani167@gmail.com](mailto:novitafitriani167@gmail.com)

**Joanne Andre Toy Penga**

Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [andrejoanne266@gmail.com](mailto:andrejoanne266@gmail.com)

**Muhammad Yasin**

Fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: [yasin@untag-sby.ac.id](mailto:yasin@untag-sby.ac.id)

Jl.semolowary No 45, Menur, Pumpungan, Kecamatan Sukolilo, Surabaya Jawa Timur 60118

Korespondensi penulis: [novitafitriani167@gmail.com](mailto:novitafitriani167@gmail.com)

**Abstract.** A strategy that focuses on the manufacturing industry is a route taken by businesses to realize long-term goals through developing habits and routines based on performance. Manufacturing or processing industries contribute more than 31 percent to the East Java economy. The strategic orientation of Surabaya city manufacturing companies includes customer care, competitor orientation, coordination between functions, and technology orientation. In 2016, the Indonesian manufacturing sector experienced an upward trend, which shows that manufacturing industry players are optimistic about facing future economic conditions. The manufacturing industry in Indonesia is an important industry for economic development because it has There is quite a large potential to increase the workforce, provide an increase in the value of raw materials, as well as increase sources of foreign exchange.

**Keywords:** Manufacturing Industry, Strategy Orientation, Product Innovation

**Abstrak.** Strategi yang berorientasi dalam industri manufaktur merupakan rute yang diambil oleh bisnis untuk mewujudkan tujuan jangka panjang melalui pengembangan kebiasaan dan rutinitas berdasarkan kinerja. Manufaktur atau industri pengolahan berkontribusi lebih dari 31 persen terhadap perekonomian Jawa Timur. Orientasi strategi pada perusahaan manufaktur kota Surabaya meliputi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antar fungsi, dan orientasi teknologi. Pada tahun 2016, sektor manufaktur Indonesia mengalami tren yang cenderung naik, yang menunjukkan bahwa pelaku industri manufaktur optimis dalam menghadapi kondisi perekonomian kedepannya. Industri manufaktur di Indonesia merupakan industri yang penting bagi pembangunan ekonomi karena memiliki potensi yang cukup besar menambah tenaga kerja, memberikan peningkatan terhadap nilai dari bahan baku, serta adanya peningkatan sumber devisa.

**Kata Kunci:** Industri Manufaktur, Strategi Orientasi, Inovasi Produk

## PENDAHULUAN

Strategi yang berorientasi dalam industri manufaktur merupakan rute yang diambil oleh bisnis untuk mewujudkan tujuan jangka panjang melalui pengembangan kebiasaan dan rutinitas berdasarkan kinerja. Manufaktur atau industri pengolahan berkontribusi lebih dari 31 persen terhadap perekonomian Jawa Timur. Orientasi strategi pada perusahaan manufaktur kota Surabaya meliputi orientasi pelanggan, orientasi pesaing, koordinasi antar fungsi, dan orientasi teknologi. Pada tahun 2016, sektor manufaktur Indonesia mengalami tren yang cenderung naik,

yang menunjukkan bahwa pelaku industri manufaktur optimis dalam menghadapi kondisi perekonomian kedepannya. Industri manufaktur di Indonesia merupakan industri yang penting bagi pembangunan ekonomi karena memiliki potensi yang cukup besar menambah tenaga kerja, memberikan peningkatan terhadap nilai dari bahan baku, serta adanya peningkatan sumber devisa

Orientasi strategi pada industri manufaktur juga mempengaruhi tingkat produktivitas dan efisiensi dalam proses produksi. Dengan mengimplementasikan orientasi strategi yang tepat, perusahaan manufaktur dapat mengurangi biaya produksi, mengoptimalkan sumber daya, dan mengembangkan produk yang lebih berkualitas. Selain itu, orientasi strategi pada industri manufaktur juga mempengaruhi kinerja perusahaan dalam mengembangkan pasar baru, mengembangkan produk baru, dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Dengan menerapkan orientasi strategi yang tepat, perusahaan manufaktur dapat mengembangkan pasar baru dan mengembangkan produk yang lebih berkualitas, yang akan mempengaruhi kinerja perusahaan secara positif. Perusahaan di sektor manufaktur perlu memahami kekuatan pasar yang ada dan terus mengikuti keinginan pasar dalam pengembangan suatu produk untuk mempertahankan dan menumbuhkan keunggulan kompetitifnya dalam menghadapi persaingan yang ketat dan pergeseran permintaan konsumen yang tidak dapat diprediksi.

Kinerja perusahaan akan meningkat sebagai hasil dari fokus barunya dipasar. Selain itu, bisnis yang budayanya menekankan orientasi pasar akan menggunakan keinginan dan kebutuhan pasar sasaran mereka sebagai landasan taktik yang mereka gunakan di seluruh divisi mereka. Keberhasilan suatu perusahaan di pasar saat ini tidak hanya terkait dengan kualitas produknya, tetapi juga dengan strategi pemasaran yang diterapkannya dan inovasi terus-menerus dari penawarannya. Inisiatif kewirausahaan dan fokus pada cara berpikir baru tentang masalah yang ada adalah dua variabel paling penting dalam mendorong ekspansi ekonomi melalui inovasi.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengertian Strategi Orientasi Pada Industri Manufaktur**

Manufaktur mengacu pada proses pembuatan barang jadi. Manufaktur adalah proses dimana bahan baku diubah menjadi barang jadi melalui urutan tindakan intensif energi, yang masing-masing mengubah beberapa aspek sifat fisik atau kimia bahan. Untuk mengubah bahan mentah menjadi komoditas jadi, diperlukan sumber daya tambahan seperti tenaga kerja dan mesin. Pemrosesan terkadang dikenal sebagai manufaktur jika dilakukan dalam skala besar dengan tujuan menjual produk jadi kepada masyarakat umum untuk mendapatkan keuntungan.

Desain, pemilihan bahan, perencanaan, produksi, kontrol kualitas, dan manajemen produk serta pemasaran adalah tahapan proses manufaktur yang saling berhubungan. Manufaktur, seperti dijelaskan di atas, dapat didefinisikan sebagai transformasi bahan mentah menjadi komoditas fisik melalui serangkaian tindakan yang menggunakan sumber daya bisnis. Tenaga kerja manusia, alat bantu mekanis, dan alat bantu semuanya termasuk dalam kategori ini.

Manufaktur adalah proses produksi skala besar dengan skala produksi yang besar dan banyak pekerja. Perusahaan manufaktur memproduksi barang jadi dari bahan baku mentah menggunakan alat, peralatan, mesin produksi, dan sebagainya. Hasil produksi dengan nilai tambah itu kemudian dijual kepada konsumen melalui jaringan distribusi dari grosir hingga ke tingkat eceran, hingga sampai ke tangan konsumen. Manufaktur ada karena satu-satunya alasan menghasilkan keuntungan dari produksi komoditas. Sektor manufaktur bertujuan untuk menghasilkan keuntungan, tetapi juga sangat peduli untuk mempertahankan dan memperluas outputnya untuk memastikan keberlangsungan sektor tersebut. Menggunakan berbagai pendekatan pemasaran sangat penting untuk bisnis apa pun yang ingin tetap kompetitif di pasar saat ini. Media elektronik merupakan salah satu jenis pemasaran modern yang memanfaatkan kemajuan teknologi. Barang-barang perusahaan akan menjangkau audiens yang lebih besar dengan bantuan kampanye iklan ini.

Pada Strategi Orientasi Sektor Manufaktur sendiri adalah rute yang diambil oleh bisnis untuk mewujudkan tujuan jangka panjangnya melalui pengembangan kebiasaan dan rutinitas berbasis kinerja. Sektor manufaktur Surabaya diproyeksikan menunjukkan tanda-tanda pertumbuhan dan peningkatan produktivitas pada tahun 2022 dan 2023. Perusahaan termasuk PT. Unilever Indonesia, PT. Suparma, PT. Sepanjang Baut Sejahtera, PT. Simomulyo Baru, PT. Kedaung Subur, PT. Industri Tekstil Lotus Indah Surabaya, PT. Keramik Platiurn Asia, dan PT. Multi Color Indonesia (Mulcindo) semuanya berpusat di kota Surabaya dan bergerak di bidang manufaktur. Pertumbuhan ini tidak dapat dipisahkan dari peningkatan kebutuhan pasar yang lebih beragam, yang pada gilirannya berfungsi sebagai insentif bagi perusahaan untuk berkembang dan beradaptasi. Logam dasar, makanan dan minuman, alat transportasi, mesin dan peralatan, bahan kimia, obat-obatan, dan elektronik adalah tujuh subsektor terpenting dari manufaktur. Ketujuh industri tersebut mengungkapkan bahwa ada peningkatan permintaan dan persyaratan yang harus dipenuhi, dan industri makanan dan minuman merupakan yang paling cepat berkembang

## Orientasi Strategi Yang Dapat Diterapkan Pada Industri Manufaktur

### 1. Orientasi Pasar

Orientasi pasar adalah konsep yang mengartikulasikan pandangan, perspektif, atau budaya perusahaan dalam menciptakan nilai tertinggi bagi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Ini merupakan strategi bisnis yang menempatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai fokus utama dalam membuat produk dan layanan. Orientasi pasar dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Pengaruh orientasi pasar terhadap hasil kinerja penjualan dapat membentuk hubungan dengan pelanggan yang lebih baik, yang dapat meningkatkan hasil kinerja penjualan. Berbagai komponen perilaku yang terdiri dari orientasi pasar, antara lain:

- a) Orientasi Pelanggan : Fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan
- b) Orientasi Pesaing : Fokus pada strategi yang digunakan oleh pesaing, kelebihan, dan kelemahan mereka
- c) Koordinasi Interfungsional : mencerminkan bahwa semua fungsi dalam perusahaan bekerja sama dan koordinatif untuk mencapai tujuan pasar

Dapat disimpulkan bahwa orientasi pasar Fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, analisis pasar, dan persaingan dalam industri. Orientasi pasar dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan

### 2. Orientasi Pesaing

Orientasi pesaing merupakan salah satu komponen dari orientasi pasar, yang mengartikulasikan pandangan, perspektif, atau budaya perusahaan dalam menciptakan nilai tertinggi bagi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Fokus pada strategi yang digunakan oleh pesaing, kelebihan, dan kelemahan mereka. Orientasi pesaing dapat membantu perusahaan manufaktur untuk memahami pasar lebih baik dan membuat strategi yang lebih efektif. Pengaruh orientasi pesaing terhadap hasil kinerja penjualan dapat membentuk hubungan dengan pelanggan yang lebih baik, yang dapat meningkatkan hasil kinerja penjualan. Berbagai komponen perilaku yang terdiri dari orientasi pesaing, antara lain:

- a) Analisis Pesaing : Fokus pada strategi yang digunakan oleh pesaing, kelebihan, dan kelemahan mereka
- b) Kejujuran : Fokus pada praktik kejujuran yang digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan

- c) Koordinasi Interfungsional : mencerminkan bahwa semua fungsi dalam perusahaan bekerja sama dan koordinatif untuk mencapai tujuan pasar

Dapat disimpulkan bahwa Orientasi Pesaing fokus pada strategi yang digunakan oleh pesaing, kelebihan, dan kelemahan mereka. Orientasi pesaing dapat membantu perusahaan manufaktur untuk memahami pasar lebih baik dan membuat strategi yang lebih efektif

### 3. Orientasi Ekspor

Orientasi ekspor adalah konsep yang mengartikulasikan pandangan, perspektif, atau budaya perusahaan dalam menciptakan nilai tertinggi bagi kebutuhan dan keinginan pelanggan, tetapi dalam konteks ekspor merupakan strategi bisnis yang fokus pada pemasaran dan penjualan produk ke pasar luar negara. Orientasi ekspor dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan pasar ekspor dan mengurangi risiko terhadap pasar local. Pengaruh orientasi ekspor terhadap hasil kinerja penjualan dapat membentuk hubungan dengan pelanggan yang lebih baik, yang dapat meningkatkan hasil kinerja penjualan. Pengaruh orientasi ekspor terhadap hasil kinerja penjualan dapat membentuk hubungan dengan pelanggan yang lebih baik, yang dapat Berbagai komponen perilaku yang terdiri dari orientasi ekspor, antara lain:

- a) Analisis Pasar Ekspor : Fokus pada analisis pasar ekspor, termasuk strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan pasar ekspor
- b) Koordinasi Interfungsional : mencerminkan bahwa semua fungsi dalam perusahaan bekerja sama dan koordinatif untuk mencapai tujuan pasar ekspor
- c) Keputusan Strategi : Fokus pada strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan pasar ekspor

Dapat disimpulkan orientasi ekspor fokus pada pemasaran dan penjualan produk ke pasar luar negara. Orientasi ekspor dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan pasar ekspor dan mengurangi risiko terhadap pasar lokal

### 4. Orientasi Kewirausahaan

Orientasi kewirausahaan adalah sebagai sikap individu terhadap kegiatan wirausaha, baik dalam perusahaan yang ada atau menciptakan usaha baru. merupakan konsep yang menjadi dasar bagi pengelola untuk mengembangkan strategi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta membangun perusahaan mereka. Orientasi kewirausahaan dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dan membangun perusahaan mereka. Pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap hasil kinerja penjualan dapat membentuk hubungan dengan pelanggan yang lebih baik, yang dapat

meningkatkan hasil kinerja penjualan .Berbagai komponen perilaku yang terdiri dari orientasi kewirausahaan, termasuk:

- a) Perilaku Berani: Orientasi kewirausahaan menunjukkan perilaku pengelola untuk mengambil risiko yang terkait dengan bisnis
- b) Koordinasi Interfungsional: Memastikan bahwa semua fungsi dalam perusahaan bekerja sama dan koordinatif untuk mencapai tujuan pasar

Dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan fokus pada strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mengembangkan bisnis mereka. Orientasi kewirausahaan dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dan membangun perusahaan mereka

#### 5. Orientasi Inovasi

Orientasi inovasi adalah konsep yang mengartikulasikan pandangan, perspektif, atau budaya perusahaan dalam menciptakan nilai tertinggi bagi kebutuhan dan keinginan pelanggan, tetap dengan fokus pada inovasi dan inovasi produk.Ini merupakan strategi bisnis yang menempatkan kebutuhan dan keinginan pelanggan sebagai fokus utama dalam membuat produk dan layanan.Orientasi inovasi dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan produk yang lebih berkualitas dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan

Berbagai komponen perilaku yang terdiri dari orientasi inovasi, termasuk:

- a) Inovasi Produk: Fokus pada inovasi produk yang dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan produk yang lebih berkualitas dan membangun hubungan yang lebih baikdengan pelanggan.
- b) Efektivitas Promosi: Fokus pada efektivitas promosi yang dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan pasar dan meningkatkan hasil kinerja penjualan
- c) Koordinasi Interfungsional: Memastikan bahwa semua fungsi dalam perusahaan bekerja sama dan koordinatif untuk mencapai tujuan pasar

Dapat disimpulkan bahwa orientasi inovasi fokus pada inovasi dan inovasi produk yang dapat membantu perusahaan manufaktur untuk mengembangkan produk yang lebih berkualitas dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan

#### **Masalah Yang Dihadapi Industri Manufaktur Dalam Penerapan Orientasi Strategi**

1. Pemanfaatan Sumber Daya Alam: Industri manufaktur memerlukan bahan baku, energi, dan sumber daya alam lainnya untuk produksi. Dalam orientasi strateginya, perusahaan harus memperhatikan pemanfaatan sumber daya alam dengan cara

mengurangi penggunaan bahan baku yang berbahaya, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan mengurangi penggunaan energi.

2. **Pengelolaan Limbah dan Sampah** : Industri manufaktur menghasilkan limbah dan sampah yang dapat merusak lingkungan jika tidak dikelola dengan benar. Dalam orientasi strategisnya, perusahaan harus memperhatikan pengelolaan limbah dan sampah dengan cara mengurangi penggunaan bahan baku yang berbahaya, mengurangi emisi gas rumah kaca, dan mengurangi penggunaan energi.
3. **Pengelolaan Tenaga Kerja** : Industri manufaktur memerlukan tenaga kerja yang kompeten dan profesional. Dalam orientasi strateginya, perusahaan harus memperhatikan pengelolaan tenaga kerja dengan cara mengembangkan sistem pendidikan dan pelatihan, mengurangi ketidakmampuan tenaga kerja, dan mengurangi kemungkinan kegagalan.
4. **Pengelolaan Keuangan** : Industri manufaktur memerlukan investasi yang besar untuk peralatan, bahan baku, dan tenaga kerja. Dalam orientasi strategi, perusahaan harus memperhatikan pengelolaan keuangan dengan cara mengurangi biaya produksi, mengurangi kemungkinan kegagalan, dan mengurangi risiko kebijakan ekonomi.
5. **Pengembangan Pasar** : Dalam orientasi strategi, perusahaan harus memperhatikan pengembangan pasar dengan cara mengembangkan produk baru, mengembangkan pasar baru, dan mengembangkan strategi penjualan yang efektif.

### **Pengaruh Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Usaha di Industri Manufaktur**

Kinerja organisasi adalah aktualisasi tujuan dan strateginya. Sumber daya manusia dengan keterampilan, pengetahuan, sikap, dan semangat yang diperlukan melaksanakan implementasi. Kesuksesan perusahaan akan mencerminkan cara menghargai dan menghormati karyawannya. Dalam konteks manajemen kinerja, ini bisa berarti mencari tahu siapa yang perlu melakukan apa dan bagaimana membuat mereka bekerja sama sehingga mereka memiliki keterampilan yang dibutuhkan untuk berhasil dalam pasar yang sangat kompetitif, di mana banyak produk yang sangat mirip. Dengan kata lain, kinerja adalah tujuan yang mampu dicapai perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Keberhasilan bisnis dapat diukur dengan metrik objektif yang secara akurat mencerminkan keadaan aktual perusahaan, terlepas dari ukurannya. Oleh karena itu, kinerja adalah kemampuan, usaha, dan peluang individu, tim, atau unit organisasi untuk melaksanakan tanggung jawabnya dan mencapai hasil strategis yang diinginkan.

Inisiatif strategis digerakkan dengan niat eksplisit untuk mencapai tujuan tertentu, dan keberhasilan upaya ini adalah dasar dari penilaian kinerja. Hasil analisis ini berfungsi sebagai tolok ukur untuk analisis kinerja di masa mendatang. Oleh karena itu, pengukuran kinerja merupakan tindakan mengukur banyak rantai nilai yang ada di dalam perusahaan. Dalam kasus ketika bisnis harus melakukan perubahan pada operasi perencanaan dan pengendaliannya, hasil pengukuran dikirim kembali sebagai informasi tentang pelaksanaan rencana. Tujuan evaluasi kinerja perusahaan adalah untuk melihat kesenjangan antara hasil yang direncanakan dan hasil aktual untuk jangka waktu tertentu. Untuk memastikan setiap orang memiliki pemahaman yang sama dan menyadari apa implikasi dari kurangnya kesuksesan bagi perusahaan secara keseluruhan dan untuk bidang tanggung jawab khusus mereka sendiri.

Pengaruh orientasi terhadap pembelajaran terhadap kinerja usaha berbagai aspek, seperti:

- a) Inovasi dan Kreativitas : Orientasi pembelajaran dapat mempengaruhi kinerja usaha dalam menciptakan inovasi dan kreativitas. Perusahaan yang memiliki orientasi pembelajaran yang tinggi akan lebih mengutamakan inovasi dan kreativitas dalam proses produksi, pemasaran, dan manajemen usaha.
- b) Kemampuan Beradaptasi : Orientasi pembelajaran dapat mempengaruhi kinerja usaha dalam memperbaiki dan mengadaptasi strategi terhadap pasar yang berubah-ubah. Perusahaan yang memiliki orientasi pembelajaran yang tinggi akan lebih mengutamakan adaptabilitas dan kenyamanan dalam mengatasi masalah dan mengembangkan strategi yang efektif.
- c) Ketahanan dan Risiko : Orientasi pembelajaran dapat mempengaruhi kinerja usaha dalam memperbaiki ketahanan dan mengurangi risiko. Perusahaan yang memiliki orientasi pembelajaran yang tinggi akan lebih mengutamakan sistem pengembangan yang efektif untuk mengurangi risiko dan mengembangkan strategi yang lebih ketahanan terhadap kebijakan ekonomi dan kondisi pasar.
- d) Perencanaan dan Pengelolaan : Orientasi pembelajaran dapat mempengaruhi kinerja usaha dalam mengembangkan sistem perencanaan dan pengelolaan yang efektif. Perusahaan yang memiliki orientasi pembelajaran tinggi akan lebih mengutamakan pengembangan sistem perencanaan dan pengelolaan yang efektif untuk mengendalikan proses produksi, pemasaran, dan manajemen usaha.



## **Orientasi Pasar Berkontribusi Pada Inovasi Produk Dalam Industri Manufaktur**

Inovasi produk dalam industri manufaktur merujuk pada proses dan kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada. Inovasi produk bertujuan untuk meningkatkan kinerja, kualitas, dan efisiensi dalam proses produksi, serta untuk memenuhi kebutuhan pasar dan memperluas pasar baru. Inovasi produk dapat mencakup berbagai aspek, seperti desain, teknik, dan teknologi. Inovasi produk dalam industri manufaktur dapat mempengaruhi strategi bisnis dan pemasaran, seperti dalam industri bakso dan tahu bakso. Untuk mengembangkan strategi inovasi produk yang efektif, perusahaan dapat menganalisis kebutuhan pasar, mengidentifikasi gaya hidup konsumen, dan mengoptimalkan proses produksi untuk menciptakan produk yang lebih berkualitas dan efektif. Berikut adalah beberapa cara di mana orientasi pasar berkontribusi pada inovasi:

- a) **Pemahaman Kebutuhan Pelanggan:** Orientasi pasar memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan dengan lebih baik. Dengan memahami apa yang diinginkan oleh pasar, perusahaan dapat mengarahkan upaya inovasi mereka untuk menghasilkan produk yang relevan dan diinginkan.
- b) **Penelitian Pasar:** Perusahaan yang memiliki orientasi pasar aktif melakukan penelitian pasar secara teratur. Informasi dari penelitian ini membantu mengidentifikasi tren, peluang, dan tantangan di pasar. Dengan memahami tren dan kecenderungan konsumen, perusahaan dapat mengarahkan upaya inovasi mereka dengan lebih efektif.
- c) **Adopsi Teknologi Baru:** Orientasi pasar mendorong perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Dengan memanfaatkan teknologi terbaru, perusahaan dapat mengembangkan produk yang lebih canggih dan efisien.
- d) **Kolaborasi dengan Pelanggan dan Mitra:** Orientasi pasar melibatkan pelanggan dan mitra bisnis dalam proses inovasi. Kolaborasi ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan masukan langsung dari pengguna akhir dan mengidentifikasi area di mana perbaikan diperlukan.

## **KESIMPULAN**

Strategi yang berorientasi pada industri manufaktur Kota Surabaya memang memiliki fokus pada pelanggan, saingan, proses internal, dan teknologi. Perusahaan dengan orientasi strategi pasar akan memperhatikan kebutuhan konsumen mereka dan membuat mereka bekerja sama sehingga mereka memiliki keterampilan yang dapat membantu mereka menjadi lebih kompetitif dalam pasar yang sangat kompetitif. Strategi ini membantu perusahaan untuk

mengembangkan kebiasaan dan rutinitas yang berdasarkan kinerja, yang akan membantu mereka dalam mencapai tujuan jangka panjang

## SARAN

1. Fokus pada pelanggan : Tetap fokus pada kebutuhan pelanggan dan memahami kebutuhan mereka untuk mengembangkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.
2. Bekerja sama dengan suplai : Membangun hubungan yang baik dengan suplai untuk mengurangi risiko dan memperluas pilihan bahan baku dan komponen.
3. Pengembangan sistem manajemen : Menjelaskan sistem manajemen yang efektif untuk mengelola data dan informasi yang diperlukan untuk mengembangkan strategi perusahaan.
4. Pemantauan dan evaluasi : Melakukan pemantauan dan evaluasi secara terus menerus untuk memadukan kinerja perusahaan dan membuat perubahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan perusahaan

## DAFTAR PUSTAKA

- Berachim, B., & Istifadah, N. (2008). *Strategic pengembangan industri manufaktur di Jawa Timur: Pendekatan terhadap dimensi regional dan prospek sektoralnya*. Universitas Airlangga. Retrieved from <https://repository.unair.ac.id/40502/>
- Esquivias, M. A. (2023). *Industri manufaktur di Jawa Timur*. Universitas Airlangga. Available at <https://unair.ac.id/industri-manufaktur-di-jawa-timur/>, diakses tanggal 8 Mei 2023.
- Joewono, H. Handito. (2005). *7 in 1 strategy toward global competitiveness*. Arrbey.
- Landiyanto, E. A. (2005). *Konsentrasi spasial industri manufaktur: Tinjauan empiris di Kota Surabaya*. Neliti. Available at <https://www.neliti.com/id/publications/84434/konsentrasispasial-industri-manufaktur-tinjauan-empiris-di-kota-surabaya>, diakses tanggal 8 Mei 2023.
- Manumoyoso, A. H. (2022). *Sektor manufaktur dorong pemulihan ekonomi Jawa Timur*. Kompas. Available at <https://www.kompas.id/baca/nusantara/2022/07/14/jawa-timurdorong-pertumbuhan-manufaktur-lokal>, diakses tanggal 8 Mei 2023.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Suci, R. P. (2009). *Peningkatan kinerja melalui orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi bisnis (Studi pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur)*. Jurnal. Malang: Universitas Widyagama.