



Strategi Industri Dasar Dan Strategi Orientasi

Ayunda Febri Kinanti, Muhammad Syahrul Maulana, Muhammad Yasin

Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

ayundafebri854@gmail.com , m.sisyahrul@gmail.com , yasin@untag-sby.ac.id

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

Korespondensi Penulis : ayundafebri854@gmail.com

Abstract. *This research aims to analyze the differences and similarities between basic industrial strategy and orientation strategy in the context of business development. A basic industrial strategy covers the general approaches used by companies to operate in a particular industry, including competitive analysis, supply chain, and risk management. On the other hand, onboarding strategy focuses on adjusting and adapting business strategies to changes in the external environment, such as technology, regulations and consumer preferences. Through literature studies and case analysis, this research finds that the integration of these two strategies can provide significant competitive advantages for companies. The success of implementing a basic industrial strategy is greatly influenced by the company's ability to adapt its orientation strategy according to market dynamics and the business environment. This research concludes that a deep understanding of these two types of strategies and their appropriate implementation can help companies improve their business performance and sustainability.*

Keywords: *Basic Industrial Strategy, Orientation Strategy, Competitive Analysis*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbedaan dan kesamaan antara strategi industri dasar dan strategi orientasi dalam konteks pengembangan bisnis. Strategi industri dasar mencakup pendekatan umum yang digunakan oleh perusahaan untuk beroperasi dalam industri tertentu, termasuk analisis kompetitif, rantai pasok, dan manajemen risiko. Di sisi lain, strategi orientasi berfokus pada penyesuaian dan adaptasi strategi bisnis terhadap perubahan lingkungan eksternal, seperti teknologi, regulasi, dan preferensi konsumen. Melalui studi literatur dan analisis kasus, penelitian ini menemukan bahwa integrasi kedua strategi ini dapat memberikan keuntungan kompetitif yang signifikan bagi perusahaan. Kesuksesan implementasi strategi industri dasar sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam menyesuaikan strategi orientasi sesuai dengan dinamika pasar dan lingkungan bisnis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemahaman mendalam tentang kedua jenis strategi ini dan penerapan yang tepat dapat membantu perusahaan meningkatkan kinerja dan keberlanjutan bisnisnya.

Kata Kunci: Strategi Industri Dasar, Strategi Orientasi, Analisis Kompetitif

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia merupakan negara berkembang yang didalamnya terdapat sektor Industrialisasi dalam keberlanjutan kemakmuran bagi negara. Industri merupakan salah satu faktor penting dalam pembangunan ekonomi dan kemajuan suatu negara. Industri perlu dikembangkan secara seimbang dan terpadu dengan melibatkan peran masyarakat secara aktif dalam usaha menggunakan secara optimal seluruh sumber daya alam, serta sumber daya manusia yang

tersedia. Pembangunan industri merupakan pembangunan ekonomi jangka panjang untuk mencapai struktur ekonomi yang seimbang.

Strategi industrialisasi merupakan pandangan yang dianggap sebagai sebuah keniscayaan untuk memajukan proses pembangunan di sebuah negara. Industrialisasi dianggap sebagai satu-satunya jalan pintas untuk meretas nasib kemakmuran suatu negara satu langkah lebih cepat di bandingkan apabila tanpa melalui proses tersebut. Dengan arahan itulah, maka hampir semua negara di dunia ini telah dan sedang menempuh strategi industrialisasi tersebut, tentunya dengan beberapa karakteristik yang berbeda antara satu negara dengan negara lainnya. Karena paralelisme antara jalannya pembangunan dan strategi industrialisasi itulah, maka dalam perjalanannya bisa dikatakan pemaknaan pembangunan hampir identik dengan industrialisasi sehingga di antara keduanya tidak terpisahkan. Dalam strategi Industrialisasi adanya strategi industri dasar dan strategi orientasi yang keduanya termasuk dalam konsep industrialisasi dalam pembangunan di sebuah negara.

Strategi industri dasar adalah rencana atau langkah-langkah yang dirancang untuk mengoptimalkan produksi, distribusi, dan pemasaran barang atau layanan dasar dalam suatu industri. Ini melibatkan penelitian pasar, identifikasi persaingan, pengembangan teknologi, manajemen rantai pasokan, dan strategi pemasaran untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri tersebut. Industri Dasar yang meliputi kelompok industri mesin dan logam dasar (IMLD) dan kelompok kimia dasar (IKD).

Strategi Orientasi di dalamnya memuat adanya sebuah pendekatan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk fokus pada aspek tertentu dalam operasinya. Salah satu pengembangan dari konsep ini adalah orientasi pasar sebagai pusat informasi yang memberikan dasar bagi perusahaan untuk menyusun strategi yang lebih baik untuk menciptakan sikap perusahaan yang dapat menimbulkan nilai superior bagi konsumen. Para peneliti banyak yang telah mendefinisikan pengertian orientasi strategi yang berbeda-beda tetapi semua definisi orientasi strategi mempunyai tujuan akhir yang sama yaitu untuk meningkatkan kinerja atau mencapai kinerja yang unggul.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apa yang dimaksud dengan strategi industri dasar? Lalu apa saja faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi industri dasar?

2. Apa yang dimaksud dengan strategi orientasi? Dan apa saja jenis-jenis strategi orientasi?
3. Bagaimana strategi industri dasar dapat mendukung pencapaian tujuan pembangunan nasional?
4. Bagaimana memilih strategi orientasi yang tepat bagi suatu perusahaan?
5. Apa saja tantangan dalam mengimplementasikan strategi industri dasar dan strategi orientasi dan bagaimana solusi dalam menghadapi tantangan tersebut bagi suatu perusahaan industri?

1.3 TUJUAN PEMBAHASAN

Adapun beberapa tujuan yang dapat di ambil sebagai berikut.

1. Untuk dapat memahami arti dari strategi industri dasar dan dapat mengetahui adanya faktor-faktor dalam merumuskan strategi industri dasar bagi suatu perusahaan industri.
2. Untuk mengetahui dan memahami arti dari strategi orientasi dan jenis-jenis dari strategi orientasi.
3. Untuk mengetahui dan memahami capaian tujuan strategi industri dasar dalam mendukung pembangunan nasional.
4. Untuk dapat mengetahui dan memahami strategi yang tepat bagi perusahaan dalam memilih strategi orientasi.
5. Untuk dapat mengetahui dan memahami tantangan dalam implementasi strategi industri dasar dan strategi orientasi dan adanya solusi dalam menghadapi tantangan bagi suatu perusahaan industri yang ada pada saat ini.

PEMBAHASAN

2.1 PENGERTIAN STRATEGI INDUSTRI DASAR DAN FAKTOR-FAKTOR DALAM PERTIMBANGAN MERUMUSKAN STRATEGI INDUSTRI DASAR.

2.1.1 Pengertian Strategi Industri Dasar

Menurut Michael Porter (1990), arti dari strategi industri dasar adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan oleh suatu negara dalam mengembangkan industrinya. Kerangka kerja ini berfokus pada pengembangan industri-industri yang dianggap penting untuk membangun pondasi pada ekonomi untuk semakin kuat. Sedangkan, ahli Joseph Stiglitz (2002) memberikan artian yaitu strategi industri dasar adalah sebuah pendekatan yang digunakan oleh suatu negara untuk meningkatkan daya saing industrinya. Pendekatan ini fokus pada pengembangan industri-industri yang mempunyai potensi untuk menjadi pemimpin global.

Adapun menurut ahli Robert Wade (2010) ia menganggap bahwa strategi industri dasar adalah sebuah pilihan yang harus dibuat oleh suatu negara. Pilihan ini dapat berupa dalam menentukan arah dan masa depan ekonomi suatu negara tersebut. Dalam pengertian yang dikemukakan oleh beberapa ahli yaitu dapat disimpulkan yaitu strategi industri dasar adalah sebuah konsep yang kompleks dan memiliki berbagai definisi. Akan tetapi, secara umum strategi ini dapat dipahami sebagai sebuah pendekatan yang digunakan oleh suatu negara untuk mengembangkan industrinya dan mencapai tujuan pembangunannya ekonominya.

Pengertian dari penelitian lain menyebutkan bahwa arti dari strategi industri dasar adalah rencana atau langkah-langkah yang dirancang untuk mengoptimalkan produksi, distribusi, dan pemasaran barang atau layanan dasar dalam suatu industri. Ini melibatkan penelitian pasar, identifikasi persaingan, pengembangan teknologi, manajemen rantai pasokan, dan strategi pemasaran untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan dalam industri tersebut. Tujuan utama dari strategi industri dasar adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi, menciptakan lapangan kerja yang luas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Industri Dasar yang meliputi kelompok industri mesin dan logam dasar (IMLD) dan kelompok kimia dasar (IKD). Yang termasuk dalam IMLD antara lain: industri mesin pertanian, elektronika kereta api, pesawat terbang, kendaraan bermotor, besi baja, aluminium, tembaga dan sebagainya. Sedangkan, yang termasuk dalam IKD antara lain: industri pengolahan kayu dan karet alam, industri pestisida, industri pupuk, industri semen, industri batubara dan sebagainya. Industri dasar mempunyai misi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, membantu penjualan struktur industri dan bersifat padat modal. Teknologi tepat guna yang digunakan adalah teknologi maju, teruji dan tidak padat karya, namun dapat mendorong terciptanya lapangan kerja baru secara besar seajar dengan tumbuhnya industri hilir dan kegiatan ekonomi lainnya.

Pada umumnya sering diketahui industri dasar berdasarkan jenisnya yaitu meliputi Industri Ekstraktif, Industri Manufaktur, dan Industri Infrastruktur.

- **Industri Ekstraktif:** Industri ini fokus pada penggalian dan pengolahan sumber daya alam, seperti minyak dan gas bumi, mineral, dan batubara.
- **Industri Manufaktur:** Industri ini fokus pada pengolahan bahan baku menjadi produk jadi, seperti tekstil, baja, dan elektronik.

- **Industri Infrastruktur:** Industri ini fokus pada pembangunan dan pengelolaan infrastruktur penting, seperti jalan raya, pelabuhan, dan bandara.

2.1.2 Faktor- Faktor dalam Merumuskan Strategi Industri Dasar

Merumuskan strategi industri dasar yang efektif membutuhkan pertimbangan yang cermat terhadap berbagai faktor internal dan eksternal. Berikut adalah penjelasan panjang mengenai faktor-faktor tersebut.

► Faktor Internal:

1. Kekuatan dan Kelemahan Industri.

- Kekuatan: Memberikan identifikasi keunggulan kompetitif industri dalam hal teknologi, sumber daya manusia, infrastruktur, dan lain sebagainya. Contohnya, tenaga kerja terampil yang berlimpah, teknologi produksi yang maju, akses ke bahan baku yang murah.
 - Kelemahan: Memberikan identifikasi kekurangan dan hambatan yang dihadapi industri, seperti infrastruktur yang tidak memadai, regulasi yang rumit, dan kurangnya tenaga kerja terampil.
2. **Visi dan Misi Perusahaan.** Menyelaraskan strategi industri dasar dengan visi dan misi perusahaan. Contohnya, visi perusahaan untuk menjadi pemimpin industri baja nasional, dan misi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengembangkan produk baru.
 3. **Sumber Daya dan Kapabilitas.** Melakukan pertimbangan terkait sumber daya dan kapabilitas yang dimiliki oleh perusahaan untuk mendukung implementasi strategi. Contohnya, ketersediaan dana, infrastruktur, dan teknologi yang memadai.
 4. **Budaya Perusahaan.** Menyesuaikan strategi dengan budaya perusahaan yang ada. Contohnya, budaya perusahaan yang inovatif dan berorientasi pada pelanggan.

► Faktor Eksternal:

1. **Peluang dan Ancaman.** Mengidentifikasi peluang dan ancaman di lingkungan eksternal, seperti tren pasar, kebijakan pemerintah, dan persaingan. Contohnya, peluang untuk memasuki pasar baru, ancaman dari produk substitusi, dan perubahan regulasi pemerintah.
2. **Kebijakan Pemerintah.** Menganalisis kebijakan pemerintah terkait industri dasar, seperti insentif, regulasi, dan proteksi pasar. Contohnya, insentif pajak untuk perusahaan yang berinvestasi di industri dasar, regulasi yang mengatur standar kualitas produk, dan proteksi pasar terhadap produk impor.

3. **Kondisi Makroekonomi.** Memperhatikan kondisi makroekonomi negara, seperti pertumbuhan ekonomi, inflasi, dan suku bunga. Contohnya, pertumbuhan ekonomi yang tinggi dapat meningkatkan permintaan terhadap produk industri dasar, sedangkan inflasi yang tinggi dapat meningkatkan biaya produksi.
4. **Persaingan Global.** Menganalisis tingkat persaingan dari industri dasar di negara lain. Contohnya, menganalisis strategi dan keunggulan kompetitif industri baja di negara lain.
5. **Perkembangan Teknologi.** Mempertimbangkan perkembangan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas industri. Contohnya, perkembangan teknologi robotika dan otomasi dapat membantu perusahaan meningkatkan efisiensi produksi.
6. **Permintaan Pasar.** Menganalisis permintaan terhadap produk industri dasar di pasar domestik dan global. Contohnya, menganalisis tren permintaan baja di pasar domestik dan global.
7. **Ketersediaan Bahan Baku.** Memastikan ketersediaan bahan baku untuk industri dasar. Contohnya, mengamankan pasokan bahan baku batubara untuk industri baja.
8. **Dampak Lingkungan.** Mempertimbangkan dampak industri dasar terhadap lingkungan hidup. Contohnya, mengembangkan teknologi ramah lingkungan untuk mengurangi emisi gas rumah kaca.
9. **Keterlibatan Masyarakat.** Melibatkan masyarakat dalam pengembangan industri dasar. Contohnya, mengadakan pelatihan dan program pemberdayaan masyarakat di sekitar lokasi industri.

► **Faktor Lainnya:**

1. **Infrastruktur.** Dalam hal ini perlu memperhatikan infrastruktur yang mendukung industri dasar, seperti jalan raya, pelabuhan, dan energi. Contohnya, infrastruktur jalan raya yang memadai untuk memudahkan distribusi produk industri dasar.
2. **Keamanan dan Stabilitas.** Memastikan untuk segala keamanan dan stabilitas negara yang kondusif bagi industri dasar. Contohnya, keamanan dan stabilitas politik yang mendukung investasi di industri dasar.

Pada beberapa kondisi dalam merumuskan strategi industri adanya beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam perumusan strategi industri dasar yang efektif membutuhkan pertimbangan yang komprehensif terhadap berbagai

faktor baik faktor internal dan eksternal serta adapun faktor penambah yang lainnya. Dengan menganalisis faktor-faktor tersebut secara mendalam, perusahaan dapat merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing dalam mencapai tujuannya. Faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam merumuskan strategi industri dasar dapat berbeda-beda tergantung pada situasi dan kondisi yang ada.

2.2 PENGERTIAN STRATEGI ORIENTASI DAN JENIS-JENIS STRATEGI ORIENTASI

2.2.1 Pengertian Strategi Orientasi

Strategi orientasi adalah sebuah pendekatan yang digunakan oleh suatu perusahaan untuk fokus pada aspek tertentu dalam operasinya. Pendekatan ini membantu perusahaan untuk menentukan prioritas dan mengalokasikan sumber dayanya secara efektif. Pada hal ini tidak ada strategi orientasi yang menjadi pilihan terbaik untuk semua perusahaan. Perusahaan harus memilih strategi yang sesuai dengan situasi dan kondisi, tujuan bisnis, karakteristik pelanggan, dan persaingan. Sehingga, perusahaan dapat menggabungkan beberapa strategi untuk mendapatkan hasil optimal dalam penentuan strategi orientasi yang tepat bagi perusahaan/atau suatu industri.

Ada beberapa pendapat para ahli terkait arti dari strategi orientasi. Salah satunya, yang dikemukakan oleh ahli Griffin dan Pustay (2010), menurutnya startegi orientasi adalah sebuah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk fokus pada aspek tertentu dalam operasinya, seperti produk, pasar, atau pelanggan. Adapun menurut ahli Kotler dan Keller (2012), Strategi orientasi adalah sebuah filosofi bisnis yang menekankan pentingnya memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

Strategi orientasi adalah sebuah konsep yang kompleks dan memiliki berbagai definisi. Namun, secara umum, strategi ini dapat dipahami sebagai sebuah pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk fokus pada aspek tertentu dalam operasinya dan mencapai tujuan bisnisnya. Tujuan utama strategi orientasi adalah untuk meningkatkan nilai bagi pelanggan, meningkatkan pangsa pasar, dan meningkatkan profitabilitas. Manfaat bagi perusahaan/industri dalam menggunakan startegi orientasi yaitu membantu perusahaan untuk fokus, mengalokasikan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

2.2.2 Jenis- jenis Strategi Orientasi

Strategi orientasi merupakan kerangka kerja yang digunakan perusahaan untuk menentukan fokus dan arahnya dalam mencapai tujuan bisnis. Berikut adalah beberapa jenis-jenis strategi orientasi:

1) Orientasi Pasar (*Market Orientation*)

Orientasi pasar adalah aliran pemikiran dalam pemasaran yang menolak gagasan bahwa penjualan produk yang sukses bergantung pada taktik penjualan yang cerdas demi fokus pada apa yang diinginkan pelanggan. Akibatnya, memuaskan keinginan dan persyaratan konsumen sambil bersaing melibatkan fokus pada pelanggan dan pesaing. Akibat dari hal tersebut, memuaskan keinginan dan persyaratan konsumen sambil bersaing melibatkan fokus pada pelanggan dan para pesaing.

Orientasi pasar adalah sejauh mana tindakan perusahaan dipandu oleh ide pemasaran. Bisnis yang berfokus pada pasar adalah bisnis yang bekerja untuk mengantisipasi dan memenuhi permintaan konsumen dengan mengembangkan produk dan layanan yang disesuaikan dengan minat khusus mereka dan menganalisis kekuatan dan kelemahan pada para pesaing mereka. Perusahaan dengan orientasi pasar menghargai kepuasan konsumen di atas segalanya.

Perusahaan yang berusaha memahami pasar dan mengadaptasi strategi produk dan layanan mereka agar sesuai dengan permintaan konsumen akan lebih berhasil. Tujuan tambahan dari orientasi pasar adalah membangun reputasi positif bagi perusahaan, yang pada gilirannya menarik pelanggan setia dengan menunjukkan dedikasinya terhadap kebutuhan mereka. Keuntungan dari fokus pada pasar adalah sebagai berikut: (1) Membantu bisnis menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan persepsi konsumen terhadap barang dan jasa tersebut. (2) Memfasilitasi peningkatan output relatif terhadap para pesaing. (3) Menjelaskan perubahan kinerja perusahaan.

Orientasi pasar dapat membantu bisnis mendapatkan keunggulan kompetitif yang dapat dipertahankan melalui upaya internal dan eksternal. (1) Internal. Misalnya: investasi kembali ke dalam bisnis, informalitas (dalam hal mengetahui kemampuan diri sendiri), dan orientasi pasar (dalam hal lebih berorientasi pasar). (2) Eksternal. Misalnya: kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan keadaan yang baru, ambiguitas eksterior, tidak berwujud, gerakan cepat, kompleksitas sosial, efisiensi massa, kemandirian ditingkatkan dengan pengalaman dan keahlian prosedural, dan lainnya.

2) Orientasi Produk (*Product Orientation*)

Orientasi produk adalah jenis dari strategi orientasi setelah orientasi pasar. Dalam orientasi pasar berfokus dalam pengembangan ide pemasaran secara luas dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan mengembangkan produk sesuai layanan yang sesuai. Sehingga, sesuai dalam arti orientasi pasar dalam orientasi produk berfokus dalam mengembangkan produk yang superior dan inovatif sesuai dengan pangsa pasar yang sudah diteliti oleh bagian dari perusahaan dengan bagian divisi pemasaran.

Karakteristik dalam orientasi produk berfokus pada penelitian dan pengembangan untuk menciptakan yang lebih unggul dari para pesaing. Menciptakan produk yang berkualitas tinggi, inovatif, dan memiliki fitur yang unik. Budaya perusahaan yang berfokus pada teknologi dan pengembangan produk. Tetapi, kekurangan pada strategi orientasi pada orientasi produk ini adalah sering kali kurang fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan mungkin kesulitan dalam adanya adaptasi dengan perubahan pasar.

Contohnya dalam aplikasi strategi orientasi pada orientasi produk ini adalah pada perusahaan/industri Apple, dimana Apple dikenal dengan produknya yang inovatif seperti iPhone, iPad, dan MacBook. Apple memiliki tim R&D yang besar dan fokus pada pengembangan produk yang superior dan memiliki desain yang menarik. Selanjutnya ada perusahaan/industri bergerak dibidang transportasi yaitu Tesla. Tesla fokus pada pengembangan mobil listrik yang inovatif dan ramah lingkungan. Tesla memiliki tim R&D yang besar dan fokus pada pengembangan teknologi baterai dan sistem autopilot. Bukti dari orientasi produk harus adanya pengembangan dalam penciptaan produk yang lebih unggul daripada para perusahaan/industri pesaing yang lain.

3) Orientasi Penjualan (*Sales Orientation*)

Orientasi Penjualan berfokus pada menjual produk dan layanan secara efektif yang tetap pada strategi yang berorientasi pasar. Karakteristik pada orientasi penjualan ini adalah bagaimana dalam ahli pemasaran tim penjualan berfokus pada pencapaian target penjualan dan pangsa pasar. Tim penjualan yang agresif dan fokus pada teknik penjualan yang persuasif. Orientasi penjualan kurang fokus pada kebutuhan dan keinginan pelanggan, dan mungkin menggunakan strategi penjualan yang manipulatif.

Contoh dari penerapan orientasi penjualan yaitu: (1) **Perusahaan asuransi**. Perusahaan asuransi memiliki tim penjualan yang fokus pada penawaran produk asuransi kepada calon pelanggan. Tim penjualan biasanya menggunakan teknik penjualan yang persuasif untuk meyakinkan calon pelanggan membeli produk asuransi. (2) **Perusahaan telekomunikasi**. Perusahaan telekomunikasi memiliki tim penjualan yang fokus pada penawaran paket data dan telepon kepada calon pelanggan. Tim penjualan biasanya menggunakan berbagai promosi dan diskon untuk menarik minat calon pelanggan.

4) Orientasi Produksi (*Production Orientation*)

Orientasi Produksi berfokus pada peningkatan efisiensi produk dan meminimalisir biaya. Karakteristiknya yaitu berfokus pada optimasi proses produksi, penggunaan teknologi yang efisien, dan kontrol kualitas yang ketat. Produk yang di hasilkan memiliki standar dan efisien, dengan harga yang kompetitif. Tetapi, pada hal tersebut kurang fokus pada kebutuhan keinginan pelanggan, dan mungkin tidak mengikuti trend pasar baru, sehingga diharapkan untuk terus berproses dalam peningkatan kualitas pada produknya.

Contoh pada aplikasinya orientasi produksi yaitu pada industri/ perusahaan pabrik tekstil. Pabrik tekstil fokus pada efisiensi produksi untuk menghasilkan produk tekstil dengan biaya yang rendah. Pabrik tekstil biasanya menggunakan teknologi yang canggih dan memiliki sistem kontrol kualitas yang ketat.

5) Orientasi Pelanggan (*Customer Orientation*)

Pemantauan yang ekstensif atas dedikasi staf kepada pelanggan adalah bentuk lain untuk menunjukkan pola pikir yang berpusat pada pelanggan, seperti penciptaan strategi kompetitif yang mempertimbangkan permintaan pelanggan dan pengetahuan manajemen tentang cara terbaik untuk memberikan nilai kepada pelanggan tersebut. Logika lain yang muncul dari fokus pada pelanggan adalah bahwa perusahaan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan yang mereka capai dengan membentuk persepsi klien mereka terhadap nilai yang mereka ciptakan (Wahyudiono, 2013).

Orientasi pelanggan berfokus pada membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan dan memberikan pelayanan yang terbaik. Karakteristik yang dicapai adalah pada

kepuasan dan loyalitas pelanggan. Layanan yang ditujukan oleh personal dan responsif terhadap kebutuhan dan keluhan pelanggan.

6) Orientasi Teknologi

Dengan keyakinan bahwa tingkat penggunaan teknologi yang lebih besar berkorelasi dengan barang akhir yang lebih baru, strategi pengembangan produk yang berorientasi teknologi dapat digunakan untuk manajemen persaingan. Beberapa tanda bahwa seseorang melek teknologi antara lain; (1) Penggunaan Teknologi Maju; (2) Kecepatan pada Teknologi; 3) Pengembangan Teknologi Baru.

2.3 STRATEGI INDUSTRI DASAR DALAM PENCAPAIAN TUJUAN PEMBANGUNAN NASIONAL

Strategi industri dasar memainkan peran penting dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan nasional (TPN) pada berbagai bidang. Berikut adalah mengenai strategi industri dasar dapat mendukung tujuan pembangunan nasional (TPN):

1. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi:

- **Meningkatkan nilai tambah industri nasional.** Strategi industri dasar yang berfokus pada pengembangan industri hilir dapat meningkatkan nilai tambah produk industri nasional. Contohnya, pengembangan industri pengolahan hasil perkebunan dan kehutanan dapat meningkatkan nilai tambah produk tersebut sebelum diekspor.
- **Menciptakan lapangan pekerjaan baru.** Pertumbuhan industri dasar akan menciptakan lapangan pekerjaan baru di berbagai sektor, seperti manufaktur, konstruksi, dan logistik.
- **Meningkatkan pendapatan negara.** Peningkatan produksi dan ekspor produk industri dasar akan meningkatkan pendapatan negara dari sektor pajak dan bea cukai.

2. Meningkatkan Daya Saing Industri Nasional:

- **Meningkatkan efisiensi produksi.** Penerapan teknologi baru dan peningkatan kualitas SDM dapat meningkatkan efisiensi produksi industri nasional.
- **Meningkatkan kualitas produk.** Penerapan standar mutu yang tinggi dan pengembangan produk inovatif dapat meningkatkan kualitas produk industri nasional.

- **Meningkatkan daya saing produk industri nasional di pasar global.** Peningkatan efisiensi dan kualitas produk dapat meningkatkan daya saing produk industri nasional di pasar global.

3. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat:

- **Meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja di sektor industri.** Dalam hal ini berkaitan dengan pertumbuhan industri dasar akan meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja di sektor tersebut.
- **Meningkatkan akses masyarakat terhadap produk industri yang berkualitas dan terjangkau.** Akses dalam peningkatan produksi dan efisiensi industri dapat menghasilkan produk yang lebih berkualitas dan terjangkau bagi masyarakat.
- **Meningkatkan kualitas hidup masyarakat.** Hal dalam pengaturan peningkatan pendapatan dan akses terhadap produk industri yang berkualitas dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

4. Memperkuat Kemandirian Nasional:

- **Mengurangi ketergantungan pada impor produk industri.** Pengembangan industri dasar dapat mengurangi ketergantungan pada impor produk industri dari negara lain.
- **Meningkatkan kemandirian dalam memenuhi kebutuhan industri nasional.** Berkaitan dengan pengembangan industri dasar dapat meningkatkan kemandirian dalam memenuhi kebutuhan industri nasional.
- **Memperkuat ketahanan nasional.** Akses kemandirian dalam memenuhi kebutuhan industri nasional dapat memperkuat ketahanan nasional terhadap krisis ekonomi global.

✓ Contoh Penerapan:

- 1) **Pengembangan industri baja:** Industri baja merupakan industri dasar yang penting bagi pembangunan nasional. Pengembangan industri baja dapat mendukung pencapaian TPN seperti meningkatkan infrastruktur, meningkatkan daya saing industri manufaktur, dan menciptakan lapangan pekerjaan.
- 2) **Pengembangan industri petrokimia:** Industri petrokimia merupakan industri dasar yang menghasilkan bahan baku untuk berbagai industri manufaktur. Pengembangan industri petrokimia dapat mendukung pencapaian TPN seperti meningkatkan nilai tambah industri

nasional, meningkatkan daya saing industri manufaktur, dan mengurangi ketergantungan pada impor.

Dari hasil penjelasan yang dipaparkan terkait strategi industri dasar dalam mencapai Tujuan Pembangunan Nasional (TPN) adanya kesimpulan yaitu strategi industri dasar yang dirumuskan dan diimplementasikan dengan tepat dapat menjadi instrumen penting untuk mencapai TPN. Dengan mendukung tingkat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan daya saing industri nasional, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat kemandirian nasional yang dimana strategi industri dasar dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan nasional.

2.4 STRATEGI ORIENTASI YANG TEPAT BAGI PERUSAHAAN

Memilih strategi orientasi yang tepat merupakan langkah krusial bagi suatu perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan daya saing di pasar. Berikut adalah mengenai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memilih strategi orientasi:

1. **Situasi dan Kondisi Perusahaan**

- a. **Ukuran dan Kompleksitas.** Perusahaan besar dan kompleks dengan berbagai lini produk dan pasar mungkin membutuhkan strategi orientasi yang lebih komprehensif dibandingkan dengan perusahaan kecil dan sederhana yang fokus pada satu produk atau pasar. Contohnya, perusahaan multinasional dengan operasi di berbagai negara membutuhkan strategi orientasi global yang mempertimbangkan budaya, bahasa, dan regulasi di setiap negara.
- b. **Sumber Daya dan Kapabilitas.** Perusahaan dengan sumber daya dan kapabilitas yang terbatas mungkin harus fokus pada strategi orientasi yang lebih spesifik dan terukur. Contohnya, perusahaan rintisan dengan sumber daya terbatas mungkin fokus pada strategi orientasi pelanggan untuk membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan awal.
- c. **Industri dan Pasar.** Strategi orientasi yang tepat dapat berbeda-beda tergantung pada industri dan pasar yang dihadapi perusahaan. Contohnya, perusahaan yang bergerak di industri teknologi yang kompetitif dan bergerak cepat mungkin membutuhkan strategi orientasi yang fokus pada inovasi dan kecepatan, sedangkan perusahaan di industri yang lebih tradisional mungkin fokus pada stabilitas dan efisiensi.

2. **Tujuan Bisnis**

- a. **Tujuan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.** Strategi orientasi harus selaras dengan tujuan jangka pendek dan jangka panjang perusahaan. Contohnya, perusahaan yang ingin meningkatkan pangsa pasar dalam jangka pendek mungkin fokus pada strategi orientasi penjualan, sedangkan perusahaan yang ingin membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang mungkin fokus pada strategi orientasi pelanggan.
- b. **Visi dan Misi.** Strategi orientasi harus mendukung visi dan misi perusahaan. Contohnya, perusahaan yang memiliki visi untuk menjadi pemimpin global dalam industrinya mungkin fokus pada strategi orientasi pasar dan produk, sedangkan perusahaan yang memiliki misi untuk memberikan solusi inovatif bagi pelanggannya mungkin fokus pada strategi orientasi pelanggan dan teknologi.

3. **Karakteristik Pelanggan**

- a. **Kebutuhan dan Keinginan.** Strategi orientasi harus fokus pada memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan riset pasar untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta mengembangkan produk dan layanan yang sesuai.
- b. **Perilaku dan Tren.** Strategi orientasi harus dapat mengikuti perubahan perilaku dan tren pelanggan. Contohnya, perusahaan perlu beradaptasi dengan tren digitalisasi dan menyediakan layanan online yang mudah diakses oleh pelanggan.

4. **Persaingan**

- a. **Strategi Orientasi Pesaing.** Strategi orientasi yang dipilih harus dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan menganalisis strategi orientasi pesaing dan menemukan celah di pasar yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan.
- b. **Kekuatan dan Kelemahan Pesaing.** Strategi orientasi harus mempertimbangkan kekuatan dan kelemahan pesaing. Contohnya, perusahaan dapat fokus pada diferensiasi produk untuk bersaing dengan perusahaan yang memiliki pangsa pasar yang lebih besar.

5. **Faktor Lainnya**

- a. **Kemajuan Teknologi.** Strategi orientasi harus mempertimbangkan pengaruh kemajuan teknologi. Contohnya, perusahaan perlu memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasi dan meningkatkan layanan pelanggan.
- b. **Kondisi Makroekonomi.** Strategi orientasi harus mempertimbangkan inflasi, suku bunga, dan nilai tukar. Contohnya, perusahaan yang beroperasi di negara dengan inflasi tinggi mungkin perlu menyesuaikan harga produknya secara berkala.

✓ **Langkah-langkah Memilih Strategi Orientasi yang Tepat Bagi Perusahaan:**

1. Analisis situasi dan kondisi perusahaan.
2. Tentukan tujuan bisnis yang ingin dicapai.
3. Pahami karakteristik pelanggan.
4. Analisis strategi orientasi pesaing.
5. Pertimbangkan faktor lainnya.
6. Pilih strategi orientasi yang paling tepat.
7. Kembangkan rencana implementasi.
8. Lakukan monitoring dan evaluasi.

2.5 TANTANGAN DARI IMPLEMENTASI STRATEGI INDUSTRI DASAR DAN STRATEGI ORIENTASI BAGI PERUSAHAAN DAN SOLUSI MENGHADAPI TANTANGAN

Strategi industri dasar dan strategi orientasi adalah dua pendekatan penting yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Implementasi kedua strategi ini, meskipun menjanjikan, tidak luput dari berbagai tantangan. Berikut adalah beberapa tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengimplementasikan kedua strategi tersebut.

► **Tantangan Implementasi Strategi Industri Dasar:**

1. **Kompleksitas.** Strategi ini memerlukan pemahaman mendalam tentang berbagai industri dan faktor ekonomi yang kompleks, seperti tren pasar, kebijakan pemerintah, dan infrastruktur. Kesalahan dalam menganalisis faktor-faktor ini dapat mengakibatkan kegagalan strategi.
2. **Biaya.** Membangun dan memelihara industri dasar membutuhkan investasi besar dalam infrastruktur, teknologi, dan sumber daya manusia. Hal ini dapat menjadi beban finansial yang signifikan bagi perusahaan, terutama bagi perusahaan kecil dan menengah.
3. **Risiko.** Ketidakpastian pasar dan perubahan kebijakan pemerintah dapat memengaruhi keberhasilan strategi ini. Fluktuasi ekonomi, bencana alam, dan perubahan regulasi dapat mengganggu operasi industri dan menghambat pencapaian tujuan.

4. **Koordinasi.** Strategi industri dasar membutuhkan koordinasi yang efektif antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sipil. Kurangnya koordinasi dan kerjasama dapat menghambat kemajuan dan menimbulkan inkonsistensi dalam implementasi.

► **Solusi Menghadapi Tantangan Strategi Industri Dasar:**

1. **Kajian Mendalam.** Melakukan kajian yang mendalam dan analisis komprehensif terhadap berbagai industri dan faktor ekonomi sebelum memilih industri yang tepat untuk dikembangkan. Hal ini membantu perusahaan dalam meminimalkan risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan.
2. **Kerjasama Strategis.** Membangun kerjasama strategis dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, akademisi, dan perusahaan lain, untuk bersama-sama membangun dan memelihara industri dasar. Kerjasama ini dapat membantu dalam berbagi sumber daya, pengetahuan, dan risiko.
3. **Diversifikasi.** Membangun dan memelihara industri dasar di berbagai sektor untuk mengurangi risiko dan meningkatkan ketahanan terhadap perubahan pasar dan kebijakan. Diversifikasi membantu perusahaan dalam menyebarkan investasinya dan meminimalkan dampak negatif dari fluktuasi di satu sektor.
4. **Fleksibilitas dan Adaptasi.** Memiliki strategi yang fleksibel dan adaptif untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, teknologi, dan kebijakan pemerintah. Kemampuan untuk beradaptasi membantu perusahaan dalam menghadapi berbagai situasi dan hambatan yang tidak terduga.

➤ **Tantangan Implementasi Strategi Orientasi:**

1. **Ketidakpastian.** Sulit untuk secara akurat memprediksi kebutuhan dan keinginan pelanggan di masa depan. Perilaku dan preferensi pelanggan dapat berubah dengan cepat, sehingga perusahaan perlu terus berinovasi dan menyesuaikan strateginya.
2. **Persaingan Ketat.** Persaingan yang ketat dari perusahaan lain yang menggunakan strategi orientasi yang sama dapat mempersulit perusahaan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Diferensiasi dan nilai tambah menjadi kunci untuk bersaing di pasar yang kompetitif.
3. **Biaya Tinggi.** Implementasi strategi orientasi membutuhkan biaya yang besar untuk pelatihan karyawan, pengembangan produk baru, riset pasar, dan sistem informasi. Hal ini dapat menjadi beban finansial yang signifikan bagi perusahaan, terutama bagi perusahaan kecil dan menengah.

4. **Perubahan Budaya.** Membutuhkan perubahan budaya perusahaan untuk fokus pada pelanggan dan memberikan layanan terbaik. Hal ini dapat menjadi proses yang panjang dan sulit, dan membutuhkan komitmen dari semua pihak dalam perusahaan.

➤ **Solusi Menghadapi Tantangan Strategi Orientasi**

1. **Riset Pasar Berkelanjutan.** Melakukan riset pasar secara berkala untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara mendalam. Riset membantu perusahaan dalam mengembangkan produk dan layanan yang sesuai dengan permintaan pasar.
2. **Diferensiasi dan Nilai Tambah.** Menawarkan produk dan layanan yang berbeda dari pesaing untuk menarik pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan fokus pada kualitas, inovasi, layanan pelanggan, atau pengalaman pengguna yang unik.
3. **Efisiensi dan Produktivitas.** Meningkatkan efisiensi operasi dan produktivitas untuk mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas. Hal ini dapat dilakukan dengan menerapkan teknologi, otomatisasi, dan lean manufacturing.
4. **Motivasi dan Budaya Pelanggan.** Memotivasi karyawan untuk fokus pada pelanggan dan memberikan layanan terbaik. Membangun budaya perusahaan yang berpusat pada pelanggan dan menghargai umpan balik.

PENUTUP

3.1 KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan materi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa strategi industri dasar dan strategi orientasi adalah dua pendekatan penting yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya. Strategi industri dasar telah mengungkapkan berbagai faktor bahwa dalam perumusan strategi industri dasar yang efektif membutuhkan pertimbangan yang komprehensif terhadap berbagai faktor baik faktor internal dan eksternal serta adapun faktor penambah yang lainnya. Dan pada strategi orientasi merupakan kerangka kerja yang digunakan perusahaan untuk menentukan fokus dan arahnya dalam mencapai tujuan bisnis. Ada beberapa jenis-jenis strategi orientasi meliputi orientasi pasar, orientasi produk, orientasi penjualan, orientasi produksi, orientasi pelanggan, dan orientasi teknologi. Strategi industri dasar juga memainkan peran penting dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan nasional (TPN) pada berbagai bidang. Tujuan Pembangunan Nasional (TPN) adanya kesimpulan yaitu strategi industri dasar yang dirumuskan dan diimplementasikan dengan tepat dapat menjadi instrumen penting untuk mencapai Tujuan Pembangunan Nasional (TPN). Dengan mendukung tingkat pertumbuhan ekonomi, meningkatkan daya saing industri nasional, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat kemandirian nasional yang dimana strategi industri dasar dan strategi orientasi yang tepat dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi pembangunan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arjunaidi Viky Rifandi, Ully Prisandini, Muhammad Yasin (2023). Analisa Strategi Industri Dasar dan Industri Orientasi di Kabupaten Pasuruan. *CIDEA Journal*. Vol.2, No.1 Juni 2023. Hal 38-47. DOI: <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.756>
- Dr. Ade Octavia,SE.,MM, Yayuk Sriayudha,SP.,MM (2020). Buku: STRATEGI ORIENTASI PASAR: KONSEP DAN IMPLEMENTASINYA BAGI USAHA KECIL DAN MENENGAH. Penerbit: Salim Media Indonesia (SMI). 185 Halaman. Diakses pada tanggal 7 Maret 2024.
- Gramedia Blog *Written by Rosyda*. Pengertian Orientasi: Jenis, Manfaat, Tujuan, Kelebihan, dan Kelemahannya. Artikel Blog, Diakes pada tanggal 10 Maret 2024. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-orientasi/>
- Ismi Rosyidatul Ummah, Achmad Alfian Azizi, Muhammad Yasin (2023). Strategi Orientasi Pada Industri Manufaktur Kota Surabaya. *CIDEA Journal*. Vol.2, No.1 Juni 2023. Hal 75-85. DOI: <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.806>

- Kompas ID web Blog oleh Badri Munir Sukoco (2023). Strategi Industri Ekonomi. Tanggal Publish Artikel Blog 19 Januari 2023, 04:30 WIB. Artikel Blog Berita. Diakses pada tanggal 10 Maret 2024. <https://www.kompas.id/baca/opini/2023/01/18/strategi-industri-indonesia>
- M. Arif Hakim, M.Ag, Industrialisasi Di Indonesia: Menuju Kemitraan yang Islami, Makalah, Penulis adalah dosen STAIN Kudus, Halaman 1-11. <https://media.neliti.com/media/publications/37047-ID-industrialisasi-di-indonesia-menuju-kemitraan-yang-islami.pdf>
- Nia Anggraini, Marnis, Samsir (2014). Strategi Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Pembelajaran Pengaruhnya Terhadap Kinerja Usaha Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Jasa Salon Kecantikan Dan Spa Di Kota Pekanbaru). *JURNAL SOSIAL EKONOMI PEMBANGUNAN*. Tahun IV No.12, Juli 2014 : 295-310.
- Pete Stevens, Bonnie Knutson and Mark Patton (1995). *Dineserv: a tool for measuring service quality in restaurants*. Vol. 36, Issue 2. Sage Publications, Inc. Article. 3100 words.
- R N Saria , D Junitaa , R Anugeraha , Yusralainia (2020). *Market Orientation, Innovation and Its Impact on Environmental Sustainability Practices: Evidence from Indonesian Palm Oil Companies*. *Social Sciences, Education and Humanities (GCSSEH)*. Volume 5, 2020. 235-230 Hal. <https://series.gci.or.id>
- Riskha Fahriyai (2018). Pengaruh Orientasi Strategi dan Kekuatan Pasar terhadap Kinerja dengan Inovasi Produk sebagai Variable Intervening “Studi Kasus pada UKM Batik Yogyakarta”. Publikasi SKRIPSI. 180 Halaman.