



DOI: <https://doi.org/10.38035/jstl.v2i1>

Received: 25 April 2024, Revised: 03 Mei 2024, Publish: 11 Mei 2024

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Pengaruh Lokasi pabrik, kualitas pemasaran, dan strategi bersaing terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Muhammad Adityn Musyafa¹, Hapzi Ali²

¹Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: adityn22@gmail.com

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, email: prof.hapzi@gmail.com

Corresponding author: adityn22@gmail.com¹

Abstract: *The effect of Lokasi pabrik, Kualitas pemasaran and Strategi bersaing on Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia is a scientific article in the literature study within the scope of the field of science. The purpose of this article is to build a hypothesis of the influence between variables that will be used in further research. Research objects in online libraries, Google Scholar, Mendeley and other academic online media. The research method with the research library comes from e-books and open access e-journals. The results of this article: 1) Lokasi pabrik has an effect on Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia; 2) Kualitas pemasaran has an effect on Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia; and 3) Strategi bersaing has an effect on Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.*

Keyword: *Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, Lokasi pabrik, Kualitas pemasaran, Strategi bersaing*

Abstrak: Pengaruh Lokasi pabrik, Kualitas pemasaran dan Strategi bersaing terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia adalah artikel ilmiah studi pustaka dalam ruang lingkup Manajemen Statergik. Tujuan artikel ini membangun hipotesis pengaruh antar variabel yang akan digunakan pada riset selanjutnya. Objek riset pada pustaka online, Google Scholar, Mendeley dan media online akademik lainnya. Metode riset dengan library research bersumber dari e-book dan open access e-journal. Analisis deskriptif kualitatif. Hasil artikel ini: 1) Lokasi pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia; 2) Kualitas pemasaran berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia; dan 3) Strategi bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Kata Kunci: Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, Lokasi pabrik, Kualitas pemasaran, Strategi bersaing

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Pelanggan merupakan individu yang menggunakan produk baik barang maupun jasa yang tersedia di masyarakat. Jika seseorang pelanggan merasa puas dengan sebuah produk maka kemungkinan besar mereka akan melakukan pembelian ulang. Faktor lain yang berpengaruh terhadap minat beli pelanggan adalah lokasi pabrik. Keluhan-keluhan dari para pelanggan tersebut perlu diperhatikan oleh Perusahaan, karena pelanggan yang merasa kecewa akan menjadi sungkan dan bahkan tidak lagi berkunjung kembali untuk melakukan pembelian di Perusahaan tersebut. Selain itu semakin banyak supplier lain yang menjadi pesaing terhadap profitabilitas Perusahaan manufaktur di Indonesia tentunya menawarkan kualitas layanan ataupun fasilitas yang baik untuk menarik pelanggan untuk berbelanja (Barlian & Rosalin, 2022).

Perkembangan dan perubahan lingkungan yang begitu cepat dan dramatis, termasuk perubahan selera konsumen, kemajuan teknologi serta perubahan sosial ekonomi, telah mengakibatkan timbulnya persaingan bisnis dalam berbagai industri yang begitu ketat. Perkembangan dan perubahan terjadi secara lintas geografis. Secara populer perkembangan tersebut dikenal dengan istilah globalisasi (Purnama & Setiawan, 2003).

Berdasarkan latar belakang maka **tujuan penulisan** artikel ini adalah membangun hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu untuk tujuan

1. pengaruh lokasi pabrik terhadap profitabilitas Perusahaan
2. pengaruh kualitas pemasaran terhadap profitabilitas perusahaan
3. pengaruh strategi bersaing terhadap profitabilitas

METODE

Metode penulisan artikel Literature Review adalah dengan metode **Kajian Pustaka (*library research*) dan *Systematic Literature Review (SLR)***, di analisis secara kualitatif, bersumber dari aplikasi online *Google Scholar*, *Mendeley* dan aplikasi akademik online lainnya.

Systematic Literature Review (SLR) didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, menilai dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan tujuan untuk menyediakan jawaban untuk pertanyaan penelitian secara spesifik (Kitchenham et al., 2009).

Dalam analisis kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Salah satu alasan untuk melakukan analisis kualitatif yaitu penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, maka hasil artikel ini adalah sebagai berikut:

Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia

Pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan dapat memengaruhi profitabilitas perusahaan manufaktur. Saat ekonomi berkembang, permintaan untuk produk manufaktur mungkin meningkat, yang dapat meningkatkan penjualan dan profitabilitas perusahaan. Sebaliknya, ketika ekonomi sedang stagnan, penurunan permintaan dapat memengaruhi profitabilitas. Keseluruhan, banyak faktor yang berbeda dan hubungannya yang kompleks memengaruhi profitabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia. Manajemen yang baik, pemahaman yang kuat tentang lingkungan bisnis, dan kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan adalah kunci untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia. Profitabilitas suatu perusahaan manufaktur Indonesia mengacu pada kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan operasinya di sektor manufaktur

Indonesia. Ini adalah ukuran penting dari kesehatan dan kinerja keuangan perusahaan. Profitabilitas diukur menggunakan berbagai metrik termasuk, namun tidak terbatas pada, laba bersih, margin laba kotor, margin laba bersih, dan laba atas investasi (ROI).

Profitabilitas menunjukkan kinerja suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dan dapat mempengaruhi keputusan investasi. Artinya semakin baik kinerja keuangan investor korporasi maka semakin percaya diri mereka dalam mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Menurut Jati (Widianto, 2011), tingginya profitabilitas suatu perusahaan akan meningkatkan daya saing antar Perusahaan. (Rumapea et al., 2017).

Manufaktur digunakan dalam penelitian ini karena merupakan sektor yang saat ini mendapat perhatian besar dari pemerintah dalam upaya mengurangi kesenjangan sosial, yaitu sebanyak 4.444 perusahaan. Selain perusahaan, jumlah perusahaan manufaktur juga cukup besar untuk mengisi sampel yang dipertimbangkan dalam penelitian ini yaitu perusahaan. Berdasarkan teori dan gap penelitian pada penelitian-penelitian sebelumnya, maka dilakukan penelitian bertajuk "Dampak Pengelolaan Modal Kerja Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". (Utami dan Dewi S, 2016).

Faktor yang mempengaruhi profitabilitas perusahaan manufaktur Indonesia antara lain biaya produksi. Biaya produksi, termasuk biaya bahan mentah, tenaga kerja, energi, dan biaya overhead lainnya, secara langsung mempengaruhi margin keuntungan perusahaan. Upaya pengendalian biaya produksi meningkatkan profitabilitas.

Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Zhou; et al., 2019) (Tala & Karamoy, 2017) (Wiranata & Nugrahanti, 2013)

Lokasi pabrik

Lokasi pabrik adalah Lokasi pabrik merupakan langkah awal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan, dan pemilihan lokasi yang tepat akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan. Saat memilih lokasi penyamakan kulit, kriteria dasar memaksimalkan keuntungan harus diperhitungkan, namun kriteria lain seperti lingkungan sosial juga harus dipertimbangkan. Kriteria yang mempengaruhi lokasi penyamakan kulit sangatlah kompleks dan memerlukan analisis mendalam untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dalam permasalahan penentuan lokasi suatu pabrik, terdapat beberapa kriteria yang mana kriteria yang satu bertentangan dengan kriteria yang lain. Oleh karena itu, metode pengambilan keputusan multikriteria (MCDM) dapat digunakan. (Majumder & Saha, 2016).

Lokasi pabrik dapat ditentukan dengan menggunakan berbagai metode, antara lain: Berdasarkan evaluasi faktor, perbandingan biaya, titik impas (BEP), jarak beban, dan pusat gravitasi. Evaluasi faktor adalah metode penentuan perusahaan dan lokasinya dengan menentukan nilai numerik (skor). berdasarkan faktor-faktor yang diberikan. Beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan ketika merencanakan dan memilih lokasi pabrik antara lain ketersediaan bahan baku, pemasaran, utilitas, kondisi geografis dan masyarakat, transportasi, tenaga kerja, dan limbah di dalam pabrik, termasuk penanganan material dan sistem pemrosesan, lokasi dan karakteristik lokasi. (Maulana & Lusiani, 2023)

Faktor yang berpengaruh pada Lokasi pabrik adalah suatu keputusan penting yang dapat memberikan dampak signifikan terhadap kesuksesan suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan dengan cermat semua faktor yang relevan sebelum memilih lokasi pabrik. Salah satunya adalah "bekerja". Ada atau tidaknya pekerja terampil dan tidak terampil, tingkat upah, dan hubungan pekerja-manajemen di lokasi.

Lokasi pabrik ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (*M_5399_Abstrak.Pdf*, n.d.), (Sofansyah et al., 2024), dan (Nurmiana, 2022).

Kualitas pemasaran

Kualitas pemasaran adalah teknik yang membantu bisnis mencapai tujuan yang telah direncanakan sebelumnya. Hal ini mencakup keputusan penting mengenai target pasar, penempatan produk di pasar, bauran pemasaran, dan nilai biaya pemasaran yang dibutuhkan. Strategi pemasaran pada dasarnya adalah seperangkat tujuan dan aspirasi, aturan dan peraturan untuk memandu upaya memasarkan produk dan layanan di semua tingkatan, tujuan dan rincian dari waktu ke waktu, seiring perusahaan beradaptasi dengan lingkungan yang tidak dapat diprediksi dan kompetitif. Terdiri dari kriteria. (Prabowo et al., 2021)

Kualitas pemasaran, Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan menyelaraskan kualitas layanan dan bauran pemasaran dengan kepuasan pelanggan. Konsumen merasa puas jika kualitas layanan yang diterima atau dirasakannya sesuai dengan harapannya. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih buruk dari yang diharapkan maka konsumen akan merasa tidak puas. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik memegang peranan penting dalam membentuk kepuasan konsumen. (Rumiyati & Syafarudin, 2021)

Faktor yang berpengaruh pada Kualitas pemasaran dapat dikategorikan menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Salah satunya dari kedua faktor tersebut ada produk dari faktor internal dan kondisi pasar dari faktor eksternal. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk selalu memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pemasaran dan berusaha untuk lebih meningkatkan kualitas pemasaran untuk mencapai tujuan bisnisnya.

Kualitas pemasaran ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Indrawan et al., 2022) dan (Pertiwi et al., 2022)

Strategi bersaing

Strategi bersaing adalah upaya yang dilaksanakan oleh sebuah perusahaan dalam memenangkan sebuah pasar yang menjadi pasar sasarannya dengan cara memberikan keunggulan-keunggulan dalam bersaing, menurut (Elias, 2018), Persaingan dalam dunia bisnis bukanlah suatu hal yang baru, persaingan cukup ketat. Hal ini tercermin dari munculnya pesaing-pesaing baru dan pesaing lama dalam industry tersebut. Salah satu persaingan bisnis di Indonesia adalah jasa konstruksi, yang menghasilkan produk akhir berupa bangunan atau bentuk fisik lainnya, atau sarana atau prasarana yang membantu meningkatkan pertumbuhan yang perkembangan berbagai sektor di Indonesia. (Sugiarto et al., 2016)

Strategi bersaing adalah alat umum untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi ini memaksimalkan keunggulan kompetitif dan meminimalkan kendala kompetitif. Namun menurut Wikipedia bahasa indonesia, Strategi adalah suatu pendekatan menyeluruh yang berkaitan dengan penerapan gagasan, Perencanaan dan pelaksanaan kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Strategi adalah rencana rinci yang dibuat perusahaan untuk mencapai misi dan tujuannya. (Fitriadi et al., n.d.)

Strategi bersaing ini sudah banyak di teliti oleh peneliti sebelumnya di antaranya adalah (Sugianto et al., 2013), (Juni, 2017), dan (Tussifah, 2017).

Review Artikel Relevan

Mereview artikel yang relevan sebagai dasar dalam menetapkan hipotesis penelitian dengan menjelaskan hasil penelitian terdahulu, menjelaskan persamaan dan perbedaan dengan rencana penelitiannya, dari penelitian terdahulu yang relevan seperti tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	(Asjuwita & Agustin, 2020)	Lokasi pabrik dan Kualitas Pemasaran berpengaruh positif dan signifikan	Lokasi pabrik berpengaruh terhadap	Kualitas Pemasaran berpengaruh	H1

		terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	
2	(Parengkuan et al., 2017)	Lokasi pabrik dan Strategi Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Lokasi pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Strategi Bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	H1
3	(Heryanto & Juliarto, 2017)	Kualitas pemasaran dan Lokasi Pabrik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Kualitas pemasaran berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Lokasi Pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	H2
4	(Susanti et al., 2018)	Kualitas pemasaran dan Strategi Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Kualitas pemasaran berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Strategi Bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	H2
5	(Kusumajaya, 2011)	Strategi bersaing dan Lokasi Pabrik berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Strategi bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Lokasi Pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	H3
6	(Widyasari et al., 2017)	Strategi bersaing dan Strategi Bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Strategi bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	Strategi Bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia	H3

Pembahasan

Berdasarkan Kajian teori maka pembahasan artikel *literature review ini* adalah melakukan review artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian maka pembahasan artikel *ini* adalah melakukan review artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

Pengaruh Lokasi pabrik terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Lokasi pabrik adalah Pabrik yang didirikan dan dioperasikan di lokasi pabrik. Lokasi pabrik sangat penting untuk keberhasilan operasinya dan dapat berdampak besar pada banyak hal, seperti transportasi bahan baku dan produk jadi: jarak pabrik dari pemasok bahan baku dan pelanggan dapat memengaruhi biaya transportasi, tetapi lokasi yang dekat dengan keduanya dapat mengurangi biaya.

Prinsip atau konsep Lokasi pabrik adalah Perusahaan harus mempertimbangkan semua aspek penting yang dapat memengaruhi keberhasilan operasi pabrik sebelum membuat keputusan akhir tentang lokasi pabrik. Ini termasuk biaya, operasional, kedekatan, dampak lingkungan, kualitas hidup, dan faktor lainnya. Dengan menggunakan teknik pemilihan lokasi pabrik yang tepat, perusahaan dapat memilih lokasi yang paling cocok untuk mencapai tujuan bisnisnya.

Lokasi pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, jika Lokasi pabrik dipersepsikan dengan baik maka Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia akan dipersepsikan baik pula. Bahwa untuk meningkatkan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia dapat meningkatkan indikator Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Lokasi pabrik adalah faktor ekonomi yang mempengaruhi produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa dalam suatu ekonomi. Faktor-faktor ini saling terkait dan berinteraksi satu sama lain, dan dapat berdampak besar pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Untuk memahami bagaimana perekonomian bekerja dan bagaimana mereka dapat memengaruhi individu, bisnis, dan pemerintah, sangat penting untuk memahami faktor-faktor ekonomi ini.

Untuk meningkatkan Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia dengan memperhatikan Lokasi pabrik, maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah Melakukan Analisis Lokasi Pabrik yang Komprehensif seperti Mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi profitabilitas, Faktor-faktor ini dapat mencakup biaya transportasi bahan baku dan produk jadi, biaya tenaga kerja, pajak dan insentif, biaya energi, dan akses ke pasar.

Lokasi pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Rikalmi & Wibowo, 2014), (Permana & Rahyuda, 2018), dan (Siregar & Tampubolon, 2019).

Pengaruh Kualitas pemasaran terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Kualitas pemasaran adalah seperangkat atribut yang menentukan seberapa baik suatu upaya pemasaran mencapai tujuannya dan memenuhi kebutuhan serta ekspektasi pelanggan. Kualitas pemasaran yang tinggi dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi kampanye pemasaran, menghasilkan ROI (Return on Investment) yang lebih tinggi, dan membangun loyalitas pelanggan. Kualitas pemasaran adalah faktor penting untuk keberhasilan bisnis. Dengan menerapkan prinsip-prinsip kualitas pemasaran dan mengikuti tips yang tercantum di atas, bisnis dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka, mencapai tujuan mereka, dan membangun hubungan pelanggan yang langgeng dan menguntungkan.

Prinsip-prinsip atau konsep Kualitas pemasaran adalah seperangkat panduan yang membantu bisnis memastikan bahwa upaya pemasaran mereka efektif, efisien, dan mencapai tujuan yang diinginkan. Prinsip-prinsip ini membantu bisnis untuk Memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan: Pemasaran yang berkualitas dimulai dengan pemahaman yang

mendalam tentang target audiens. Bisnis perlu memahami apa yang dibutuhkan, diinginkan, dan dipedulikan oleh pelanggan mereka.

Kualitas pemasaran berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, jika Kualitas pemasaran dipersepsikan dengan baik maka Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia akan dipersepsikan baik pula. Hal ini dapat dijelaskan bahwa Kualitas pemasaran yang baik dapat meningkatkan kesadaran merek dan daya tarik produk perusahaan manufaktur di mata konsumen. Hal ini dapat dicapai melalui berbagai strategi seperti iklan, promosi, dan public relations yang efektif. indikator Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas pemasaran adalah faktor internal dan eksternal yang kompleks. Memahami dan mempertimbangkan faktor-faktor ini sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan dan melaksanakan strategi pemasaran yang efektif, efisien, dan mencapai tujuannya. Dengan menerapkan praktik kualitas pemasaran yang baik, perusahaan dapat meningkatkan penjualan, membangun loyalitas pelanggan, meningkatkan brand awareness, dan ultimately meningkatkan profitabilitas mereka.

Kualitas pemasaran berperan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Tasya Anggia Namora & Dewi Zulvia, 2023), (Murkana et al., 2015), dan (Merawati, 2014).

Pengaruh Strategi bersaing terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Strategi bersaing adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Tujuan utama strategi bersaing adalah untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan cara Meningkatkan pangsa pasar: Meningkatkan pangsa pasar berarti perusahaan menjual lebih banyak produk atau layanannya dibandingkan dengan pesaing. Hal ini dapat dicapai dengan menawarkan produk atau layanan yang lebih baik, harga yang lebih rendah, atau layanan pelanggan yang lebih baik.

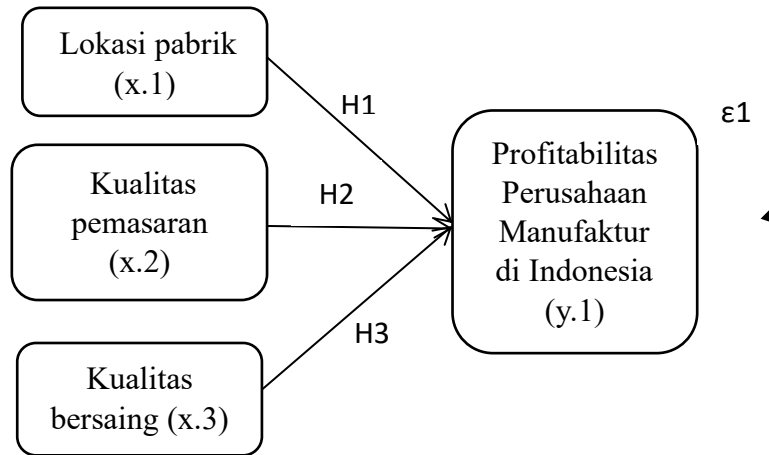
Prinsip-prinsip atau konsep Strategi bersaing adalah berfokus pada penentuan arah dan tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Tujuan utama strategi bersaing adalah untuk meningkatkan profitabilitas perusahaan dengan cara Meningkatkan pangsa pasar: Meningkatkan pangsa pasar berarti perusahaan menjual lebih banyak produk atau layanannya dibandingkan dengan pesaing. Strategi bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, jika Strategi bersaing dipersepsikan dengan baik maka Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia akan dipersepsikan baik pula. Hal ini dapat dijelaskan bahwa Strategi bersaing dan profitabilitas perusahaan manufaktur di Indonesia memiliki hubungan yang erat dan saling mempengaruhi. Berikut adalah beberapa penjelasan mengapa strategi bersaing yang baik dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan manufaktur. Membedakan perusahaan dari pesaing: Strategi bersaing yang baik dapat membantu perusahaan manufaktur menonjol dari pesaing mereka di pasar. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan strategi yang unik dan kreatif, serta menawarkan produk dan layanan yang berbeda dari pesaing. indikator Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Strategi bersaing adalah Strategi bersaing merupakan serangkaian keputusan dan tindakan yang dirancang oleh perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Faktor-faktor yang mempengaruhi strategi bersaing dapat dikategorikan menjadi dua kelompok utama yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Dengan memahami dan mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi strategi bersaing, perusahaan dapat meningkatkan peluang mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif dan mencapai tujuan bisnis mereka.

Strategi bersaing berperan terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Wiksuana, 2016), (Rahmawati et al., 2023), dan (Dan, 2019).

Kerangka Konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, penelitian relevan dan pembahasan, maka di peroleh rerangka konseptual artikel ini seperti gambar 1.



Gambar 1: Rerangka Konseptual

Berdasarkan gambar rerangka konseptual di atas, maka: Lokasi pabrik, Kualitas pemasaran, dan Strategi bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia. Selain dari tiga variabel exogen yang mempengaruhi Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia, masih banyak variable lain, diantaranya adalah:

- 1) Pertumbuhan ekonomi:(Halim, 2020), (Tentang et al., 2020), dan (Yunianto, 2021),
- 2) Tingkat inflasi:(Karlina, 2017), (Manuela Langi Theodores ,Masinambow Vecky, 2014), dan (Wiradharma & Sudjarni, 2016),
- 3) Persaingan: (Andika Rindi, 2019), (Mukaromah & Wijaya, 2020), dan (Mardhiyah & Safrin, 2021)

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

- 1) Lokasi pabrik berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia;
- 2) Kualitas pemasaran berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia; dan
- 3) Strategi bersaing berpengaruh terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur di Indonesia.

REFERENSI

Fitriadi, B. (2013). Strategi Bersaing: Suatu Kajian Perumusan Strategi Pemasaran Guna Meraih Keunggulan Kompetitif. *Jurnal administrasi bisnis*, 5(1), 1-11.

Tussifah, H. (2017). Strategi bersaing dengan agile manufacturing. *Al Tijarah*, 3(1), 15-28.

Elias, M. C. (2018). Analisis strategi bersaing pada perusahaan biro perjalanan di Malang. *Agora*, 6(2).

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan; Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Literature Revie Manajemen Pemasaran)

- Indrawan, D., Rahmawati, G., Oktaviana, I., & Ismiati, S. (2022). Model Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan: Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 240-253.
- Maulana, M. R., & Lusiani, C. E. (2023). STUDI LITERATUR: PENETAPAN LOKASI PABRIK PADA PRA RANCANGAN PABRIK VCO DI BEBERAPA ALTERNATIF LOKASI JAWA TIMUR MENGGUNAKAN METODE FACTOR RATING. *DISTILAT: Jurnal Teknologi Separasi*, 9(1), 93-105.
- Rumiyati, R., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, bauran pemasaran, terhadap kepuasan nasabah bank era covid-19. *Insight Management Journal*, 1(2), 32-42.
- Prabowo, F. I., Keke, Y., & Istidjab, B. (2021). Pengaruh strategi pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di pt sarana bandar logistik. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 75-82.
- Sofansyah, M. F., Subchan, H. A., Firmansyah, M. D., Sulton, A., & Mustanir, M. F. (2024, March). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Pabrik PT. Obifood Menggunakan Metode Factor Rating. In *Prosiding SENASTITAN: Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan* (Vol. 4).
- NURMIANA, V. A. (2022). *MODEL LOKASI PABRIK BERKAPASITAS UNTUK AKTIVITAS LOGISTIK TERBALIK* (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Sari, S. Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Strength (Kekuatan Yang Dimiliki Oleh Perusahaan): Lokasi, Pengetahuan, Infrastruktur Dan Modal Kerja (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 2(4), 473-474.
- Asjuwita, M., & Agustin, H. (2020). Engaruh Kinerja Lingkungan Dan Biaya Lingkungan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 2(3), 3327-3345.
- Parengkuan, W. E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB–UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Heryanto, R., & Juliarto, A. (2017). Pengaruh corporate social responsibility terhadap profitabilitas perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2014-2015). *Diponegoro journal of accounting*, 6(4), 540-547.
- Susanti, Y., Mintarti, S., & Asmapane, S. (2018). Pengaruh struktur modal, kinerja keuangan perusahaan, ukuran perusahaan dan kualitas auditor eksternal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 15(1), 1-11.
- Kusumajaya, D. K. O. (2011). Pengaruh struktur modal dan pertumbuhan perusahaan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di bursa efek Indonesia. *Universitas Udayana, Denpasar: Tesis yang Tidak Dipublikasikan*.
- Widyasari, P. A., Harindahyani, S., & Rudiawarni, F. A. (2017). Strategi bisnis dalam praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur di Indonesia. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 21(3), 397-411.
- Rikalmi, R. T., & Wibowo, S. S. A. (2014). Pengaruh ukuran perusahaan dan modal kerja terhadap profitabilitas perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(10), 11-18.
- Permana, A. N. B. A., & Rahyuda, H. (2018). *Pengaruh profitabilitas, solvabilitas, likuiditas, dan inflasi terhadap nilai perusahaan* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Siregar, D. A., & Tampubolon, E. G. (2019). Pengaruh Profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang

- terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Maneksi (Management Ekonomi Dan Akuntansi)*, 8(2), 223-229.
- Pengaruh Biaya Produksi dan Biaya Pemasaran Terhadap Laba Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman Tahun 2017-2021 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)
- Murkana, R., & Putra, Y. M. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Praktek Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017. *Profita: Komunikasi Ilmiah Dan Perpajakan*, 13(1), 43-57.
- Merawati, L. K. Peran Karakteristik Komite Audit dan Reputasi Auditor dalam Meningkatkan Kualitas Audit (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Mengganti Auditornya secara Sukarela Tahun 2008-2011). *Buletin Studi Ekonomi*, 44245.
- Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, 1(2), 157-172.
- Yunianto, D. (2021, October). Analisis pertumbuhan dan kepadatan penduduk terhadap pertumbuhan ekonomi. In *FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 23, No. 4, pp. 688-699).
- Karlina, B. (2017). Pengaruh tingkat inflasi, indeks harga konsumen terhadap PDB di Indonesia pada tahun 2011-2015. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 6(1), 16-27.
- Theodores, S. M. L., Vecky, M., & Hanly, S. (2014). Analisis pengaruh suku bunga jml uang beredar kurs thdp inflasi Indonesia. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 14(2).
- Wiradharma, M. S., & Sudjarni, L. K. (2016). RUPIAH DAN PRODUK DOMESTIK BRUTO TERHADAP RETURN SAHAM Made Satria Wiradharma A (1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia Pasar modal merupakan tempat bertemunya penjual dengan pembeli modal atau dana yang transaksin. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(6), 3392-3420.
- Andika, R., Widjarnako, B., & Ahmad, R. (2019). Pengaruh motivasi kerja dan persaingan kerja terhadap produktivitas kerja melalui kepuasan kerja sebagai variabel intervening pada pegawai universitas pembangunan panca budi medan. *Jumant*, 11(1), 189-206.
- Wijaya, T. (2020). Pasar persaingan sempurna dan pasar persaingan tidak sempurna dalam perspektif islam. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(2), 1-16.