

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Pokok Bahasan

Persaingan usaha yang dihadapi oleh perusahaan saat ini sangat ketat dan tajam. Hal ini disebabkan karena perubahan lingkungan usaha akibat globalisasi dan perkembangan teknologi di segala bidang. Globalisasi membuat dunia usaha seakan-akan menjadi tidak ada batasan geografis sebab globalisasi merupakan satu kesepakatan negara-negara di dunia untuk mempermudah masuknya perusahaan asing ke pasar suatu negara. Perkembangan teknologi di segala bidang membuat adanya percepatan perubahan yang harus diantisipasi oleh perusahaan. Teknologi transportasi membuat adanya tingkat mobilitas atau perpindahan terhadap orang maupun barang dalam waktu yang singkat. Teknologi produksi seperti mesin-mesin membuat adanya kemampuan untuk memperbaharui produk-produk yang sudah ada. Teknologi komunikasi membuat komunikasi lebih mudah dilakukan walaupun dengan jarak yang jauh. Dewasa ini, perusahaan tidak cukup hanya mengandalkan peningkatan *marketing mix* saja sebagai modal dalam memenangkan persaingan tetapi peran informasi menjadi bagian yang tidak kalah pentingnya.

Boyd, Walker, dan Larrenche (2000:21) menyatakan bahwa: "*Marketing mix* adalah kombinasi dari variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan oleh manajer untuk menjalankan strategi pemasaran dalam upaya mencari tujuan perusahaan di dalam pasar sasaran tertentu". Akibat perubahan-

perubahan yang terjadi di pasar, terutama perubahan lingkungan bisnis yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan membuat *marketing mix* tidak cukup untuk modal memenangkan persaingan. Dalam keadaan ini, peran informasi sangat penting bagi perusahaan termasuk pemasar perusahaan. **Zabidi (2000:33)** menyatakan bahwa: "Peran teknologi, terutama teknologi informasi harus digunakan secara optimal pula oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan". Teknologi informasi akan membuat perusahaan memiliki kemampuan untuk mendapatkan dan mengelola informasi dengan cepat sehingga keputusan yang akan dibuat oleh perusahaan adalah keputusan yang sesuai dengan keadaan dan tepat waktu, sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan yang ada.

Pentingnya informasi sebagai modal dalam persaingan membuat perlu diadakan pengembangan suatu program yang dikenal dengan *competitive intelligence program* (CIP). Informasi mengenai 4P membuat perusahaan mengetahui apa upaya yang paling tepat untuk dilakukan perusahaan. Informasi tentang *product* (produk) yang sedang dibutuhkan oleh konsumen membuat perusahaan mampu menyediakan produk sesuai kebutuhan, sehingga nantinya produk tersebut dipilih konsumen di pasar. Informasi tentang *price* (harga) membuat perusahaan dapat menentukan harga yang pantas serta dapat bersaing dengan harga perusahaan pesaing untuk ditawarkan di pasar. Informasi tentang *promotion* (promosi) membuat perusahaan dapat melakukan kegiatan promosi yang sesuai dengan keadaan, sehingga promosi yang dilakukan dapat berjalan dengan efisien dan efektif. Informasi tentang *place* (tempat) membuat adanya kemampuan bagaimana penetapan pasar sasaran yang tepat dan penentuan

kegiatan distribusi yang baik sehingga produk dapat diperoleh konsumen di pasar dengan mudah.

Zabidi (2000:33) mendefinisikan CIP adalah "Proses secara terus menerus secara sistematis untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang kegiatan para pesaing dan kecenderungan-kecenderungan bisnis". Banyak orang beranggapan bahwa CIP adalah upaya untuk pembobolan rahasia (*privacy*) suatu perusahaan, akan tetapi anggapan ini adalah anggapan yang salah. Perkembangan dunia bisnis yang bertambah cepat mendorong perusahaan untuk melakukan banyak cara guna mengungguli pesaing. Banyak informasi dari sumber-sumber berita yang tidak jelas membuat pelaku bisnis memerlukan jaminan kepastian informasi yang mana dapat diperoleh melalui CIP.

Kendala umum untuk melaksanakan CIP adalah keterbatasan perangkat (alat) dan sumber daya manusia, akan tetapi secara perlahan kendala ini akan dapat diatasi. Teknologi yang semakin maju akan memenuhi kebutuhan perangkat yang diperlukan dalam rangka melakukan kegiatan CIP. Pelatihan tentang penggunaan teknologi informasi baik itu dengan cara pengiriman sumber daya manusia untuk belajar ke luar perusahaan (sekolah) atau mendatangkan tenaga ahli guna memberikan pengajaran kepada sumber daya manusia yang ada pada perusahaan akan meningkatkan kemampuan dalam rangka menggunakan CIP pada kegiatan operasi usaha yang dilakukan. Pelatihan yang dilakukan secara terus-menerus akan meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, sehingga dengan demikian untuk masa mendatang kendala umum untuk melaksanakan CIP akan dapat teratasi dan bukan merupakan masalah yang besar.

Berdasarkan pemikiran tersebut, maka penulis tertarik untuk menulis makalah tugas akhir dengan judul: "*Competitive Intelligence Program* sebagai Upaya untuk Menciptakan Strategi Bersaing"

1.2. Pokok Bahasan

Berdasarkan latar belakang pokok bahasan maka pokok bahasan dalam penyusunan makalah tugas akhir ini adalah bagaimanakah menerapkan *competitive intelligence program* untuk menciptakan strategi keunggulan bersaing?

1.3. Tujuan Pembahasan

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai dalam penulisan makalah ini adalah memberikan pemahaman penerapan *competitive intelligence program* untuk menciptakan strategi keunggulan bersaing.