

Bidang Ilmu: Manajemen Ritel

**PENERAPAN *COMPETITIVE INTELEGEENCE*
PROGRAM UNTUK MEMENANGKAN PERSAINGAN
DALAM BISNIS RITEL**



OLEH :

YETTY KUSUMAWATI

3103005152

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2010**

HALAMAN PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

**PENERAPAN *COMPETITIVE INTELEGENCE* PROGRAM UNTUK
MEMENANGKAN PERSAINGAN DALAM BISNIS RITEL**

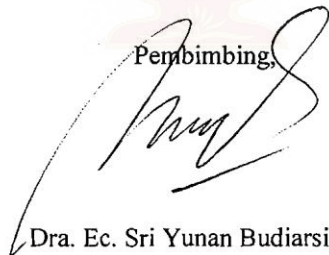
Oleh:

Yetty Kusumawati

3103005152

Telah Disetujui dan Diterima Dengan Baik

Pembimbing,



Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS

HALAMAN PENGESAHAN

Makalah Tugas akhir yang ditulis oleh : YETTY KUSUMAWATI

NRP : 3103005152

Telah disajikan pada tanggal 11-1-'10 di hadapan Tim Penilai

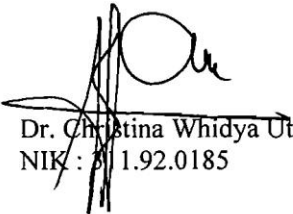
Ketua Tim Penilai


Dr. Ec. H. Soewardjo, MM

Mengetahui :

Dekan,

Ketua Jurusan,


Dr. Christina Whidya Utami, MM.
NIK : 311.92.0185


Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM.
NIK : 311.89.0152

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN DAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya

Nama : Yetty Kusumawati

Nomor Pokok : 3103005152

Judul Tugas Akhir : Penerapan *Competitive Intelligence Program* untuk memenangkan persaingan dalam bisnis ritel

Menyatakan bahwa tugas akhir ini adalah asli karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ ditampilkan di internet atau media lain (digital Library perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, Januari 2010

Yang Membuat Pernyataan

Yetty Kusumawati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, hanya dengan rahmat-Nya, maka penulis dapat menyelesaikan makalah ini dengan baik. Makalah Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Melalui penyusunan Makalah Tugas Akhir ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk penulis dan pengembangan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa tersajinya makalah tugas akhir ini tidak bisa dilepaskan dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Christina Whidya Utami, MM. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, MS. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan selama ini hingga makalah ini bisa diselesaikan dengan baik.
4. Papa dan Mama serta keluargaku tersayang yang memberikan perhatian, dorongan, dan doa kepada penulis selama ini.
5. Seluruh dosen dan staf di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendidik dan membantu penulis selama ini.
6. Seluruh pihak lain yang telah memberikan bantuan kepada penulis.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberi rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan mereka. Penulis berharap semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, Januari 2010

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAKSI	viii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan.....	1
1.2. Pokok Bahasan.....	3
1.3. Tujuan Pembahasan.....	3
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN.....	4
2.1. Artikel Terdahulu.....	4
2.2. Definisi Retail.....	4
2.3. Strategi Pemasaran Ritel.....	5
2.4. Pengertian Program.....	6
2.5. Program Pemasaran Ritel.....	7
2.6. <i>Competitive intelligence program</i>	8
2.6.1. Pengertian <i>competitive intelligence program</i>	8
2.6.2. Penerapan <i>Competitive intelligence program</i>	10
2.6.3. Cara pengumpulan informasi dalam <i>competitive intelligence program</i>	11
2.6.4. Langkah-langkah dalam Penerapan <i>competitive intelligence program</i>	12

2.6.5. Hambatan Penerapan <i>competitive intelligence program</i>	13
2.6.6. Pentingnya penerapan <i>competitive intelligence program</i>	14
2.6.7. Manfaat <i>competitive intelligence program</i>	15
2.7. Persaingan Dalam Bisnis Ritel.....	16
2.8. <i>Competitive Intelligence program</i> dan Persaingan	17
BAB 3 PEMBAHASAN.....	20
3.1. Dinamika Persaingan Ritel.....	20
3.2. Penerapan <i>Competitive Intelligence program</i>	23
3.3. Hambatan Penerapan <i>Competitive Intelligence Program</i> ..	28
3.4. Peranan <i>Competitive Intelligence program</i> Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis.....	30
BAB 4 SIMPULAN.....	33
DAFTAR PUSTAKA.....	34

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1. Jumlah Tempat-Tempat Belanja Di Surabaya.....	31
--	----



ABSTRAKSI

Perubahan lingkungan pemasaran yang dramatis mengharuskan peritel untuk terus menyesuaikan terhadap perubahan. Perubahan menyangkut pada perubahan perilaku konsumen, namun juga pesaing. Menghadapi situasi ini, maka peritel harus bisa mengidentifikasi dengan cermat bahkan mampu mengantisipasi berbagai bentuk perubahan yang terjadi. Untuk itu, penerapan *competitive intelligence program* menjadi alternatif pemecahan. Namun penerapan *competitive intelligence program* juga memiliki sejumlah hambatan, dan hambatan tersebut bisa datang dari internal maupun eksternal perusahaan. Berbagai hambatan harus dikendalikan untuk memastikan bahwa *competitive intelligence program* bisa berjalan dengan baik dan tepat terhadap sasaran. Keberhasilan dari penerapan *competitive intelligence program* menyebabkan semua kebijakan yang ditetapkan peritel sesuai dengan dinamika perubahan lingkungan.

Hasil pembahasan mengenai *competitive intelligence program* disimpulkan bahwa untuk bisa menerapkan *competitive intelligence program* dengan baik, maka dibutuhkan perancangan penerapan *competitive intelligence program* dan seleksi sumberdaya manusia untuk mendapatkan sumberdaya manusia yang berkualitas.

Melalui penerapan *competitive intelligence program* maka semua kebijakan tidak terkendala oleh perubahan lingkungan yang dramatis sehingga peritel memiliki peluang yang besar untuk memenangkan persaingan.

Keywords: competitive intelligence program, strategi bersaing, retailer