

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penentuan Pokok Bahasan

Perubahan lingkungan ekonomi, baik makro maupun mikro berjalan sangat dinamis. Perubahan yang terus terjadi ini berimplikasi pada banyak hal, diantaranya adalah keputusan strategi bisnis bagi peritel. Ketika pasar modern mulai di bangun di berbagai kota, maka persaingan yang terjadi hanya dalam lingkup antara pasar modern dan pasar tradisional. Namun ketika pasar modern terus mengalami perkembangan, maka diantara peritel di pasar modern pun juga saling bersaing.

Setiap peritel terus melakukan evaluasi terhadap perubahan lingkungan khususnya yang menyangkut: konsumen, suplier, kebijakan pemerintah yang menyangkut harga, bahkan juga masalah politik yang dinilai bisa mempengaruhi penjualan peritel. Retailer terus mengumpulkan informasi untuk mendukung setiap kebijakan yang diambilnya, mengingat persaingan yang ketat tidak bisa dihindarkan lagi. Seperti halnya banyaknya retailer yang berdiri di Surabaya menjadikan persaingan antar peritel di Surabaya juga semakin ketat. Ketatnya persaingan ini karena setiap retailer memiliki banyak kesamaan dalam menetapkan target marketnya. Persaingan yang sangat ketat juga terjadi di kelas minimarket, seperti Alfamart dan Minimart, di mana banyak ditemukan dua retailer ini berdekatan dalam menentukan lokasi. Untuk itu, konsumen memiliki banyak pilihan untuk mengunjungi peritel. Diantara Minimart dan Alfamart, Minimart lah yang terlebih dahulu mengeksiskan diri di pasar. Ketika Minimart mulai melakukan ekspansi dengan membuka banyak cabang di berbagai pelosok kota, datanglah Alfamart dengan langsung membuka banyak gerai dengan

pilihan lokasi berdekatan dengan Minimart. Keberanian Alfamart untuk terus mengikuti Minimart di setiap lokasi yang dipilih Minimart menunjukkan bahwa persaingan secara terbuka telah terjadi. Kemampuan Alfamart untuk terus mengikuti perkembangan Minimart menunjukkan bahwa Alfamart memiliki intelijen pemasaran sehingga setiap kebijakan pengembangan gerai baru dari Minimart selalu bisa diikuti oleh Alfamart.

Masih banyak lagi peritel-peritel yang terus bersaing dengan terus mengembangkan bisnisnya melalui pembukaan tempat-tempat baru yang dinilai potensial, seperti halnya Carrefour. Carrefour terus melakukan pengembangan bisnis di berbagai lokasi dan daerah hingga mencapai kota kabupaten. Dalam menentukan lokasi yang dipilih, banyak informasi yang dibutuhkan agar lokasi yang dipilihnya mendukung penjualan Carrefour.

Bagi peritel untuk bisa menentukan lokasi usaha, jenis barang yang dijual, penentuan jam buka, dan berbagai strategi bersaing yang lainnya, maka dibutuhkan informasi yang mendukung. Berbagai informasi tersebut bisa didapatkan dengan menerapkan konsep *competitive intelligence program*. Namun untuk menerapkan *competitive intelligence program* diperlukan kerangka yang jelas sehingga penerapan *competitive intelligence program* bisa memberikan implikasi positif bagi peritel.

Competitive intelligence program merupakan proses secara terus-menerus secara sistematis untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi tentang kegiatan para pesaing dan kecenderungan-kecenderungan bisnis (*trend* politik, ekonomi, teknologi) untuk mewujudkan tujuan perusahaan (Zabidi, 2000:33). Berdasarkan cakupan *competitive intelligence program* tersebut berarti penerapan *competitive intelligence program* akan memberikan banyak informasi seiring dengan dinamika lingkungan persaingan yang terus terjadi.

1.2. Pokok Bahasan

Pokok bahasan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Cara penerapan *competitive intelligence program* pada bisnis ritel
2. Hambatan penerapan *competitive intelligence program* pada bisnis ritel
3. Peranan *competitive intelligence program* untuk memenangkan persaingan pada bisnis ritel.

1.3. Tujuan Pembahasan

Tujuan pembahasan dalam makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Menjelaskan cara penerapan *competitive intelligence program* pada bisnis ritel
2. Menjelaskan berbagai hambatan penerapan *competitive intelligence program* pada bisnis ritel
3. Menjelaskan peranan *competitive intelligence program* untuk memenangkan persaingan pada bisnis ritel