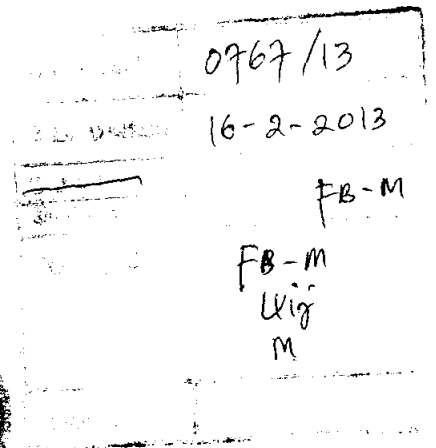
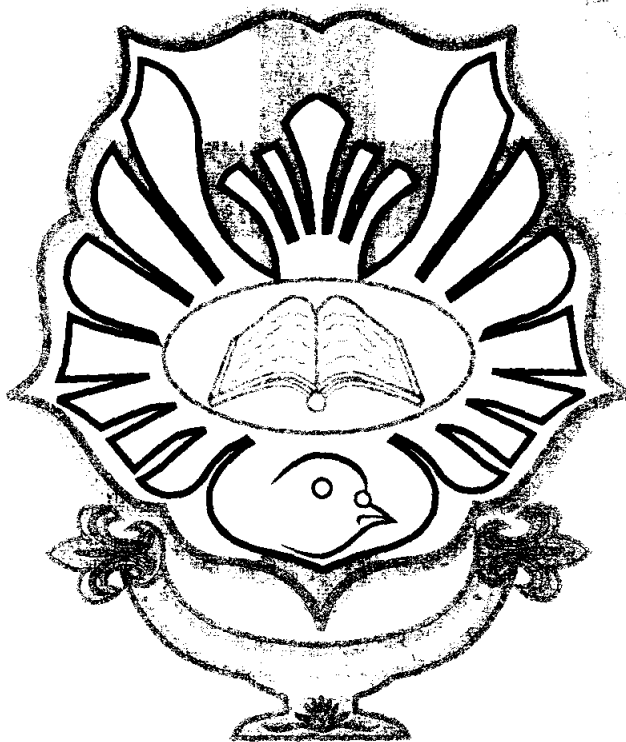


MARKET INTELLIGENCE SEBAGAI PENDUKUNG STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN



OLEH :

ANDREW WIJAYA
3103001224

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2006**

***MARKET INTELLIGENCE* SEBAGAI PENDUKUNG
STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN**

TUGAS AKHIR
Diajukan Kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

OLEH:

ANDREW WIJAYA

3103001224

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA

2006

LEMBAR PERSETUJUAN

MAKALAH TUGAS AKHIR

***MARKET INTELLIGENCE* SEBAGAI PENDUKUNG**

STRATEGI BERSAING PERUSAHAAN

OLEH:

ANDREW WIJAYA

3103001224

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dra. E.C. Sri Yunan Budiarsi', is written over a faint, circular official stamp.

PEMBIMBING, DRA. EC. SRI YUNAN BUDIARSI, MS Tanggal.....

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas akhir yang ditulis oleh: ANDREW WIJAYA

NRP: 3103001224

Telah disajikan pada tanggal 19 Juli 2006 dihadapan Tim Penilai

Ketua Tim Penilai

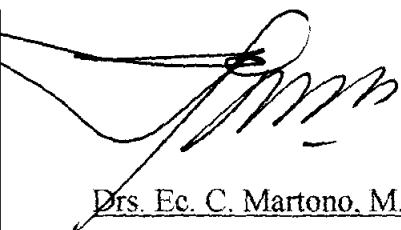


Drs. Ec. C. Martono, M.Si

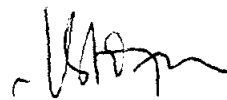
Mengetahui:

Dekan,

Ketua Jurusan,



Drs. Ec. C. Martono, M.Si



Margaretha Ardhanari, SE, M.Si

KATA PENGANTAR

Kehadirat Tuhan Yang Maha Cinta dan Kasih, penulis haturkan puji dan syukur sebab karena rahmat-Nya maka penulis dapat menyelesaikan makalah tugas akhir ini dengan baik. Makalah tugas akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa kemampuan untuk menyelesaikan makalah tugas akhir ini tidak terlepas dari kerjasama, dorongan dan bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Ec. C. Martono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Margaretha Ardhanari, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dra. Ec. Sri Yunan Budiarsi, M.S., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan, masukan, serta saran bagi penulis guna menyelesaikan makalah tugas akhir ini.
4. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen yang pernah menjadi pengajar penulis saat kuliah di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Unika Widya Mandala Surabaya.
5. Orang tuaku (Papa dan Mama) dan saudara-saudaraku yang tidak pernah berhenti memberikan dorongan dan doa.

6. Teman-teman semasa kuliah atas setiap kebersamaan dalam proses belajar di bangku kuliah.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan yang tidak dapat dipersebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa makalah tugas akhir ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan, untuk itu penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa terima kasih akan menerima segala kritik dan saran demi kesempurnaan makalah tugas akhir ini. Akhirnya penulis berharap semoga makalah tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 2006

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
ABSTRAKSI.....	iv
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. <i>Market Intelligence</i>	4
2.2. Strategi Bersaing	9
2.3. Pentingnya <i>Market Intelligence</i> dalam Penerapan Strategi Bersaing	12
BAB 3: PEMBAHASAN	14
3.1. Kebutuhan Perusahaan terhadap <i>Market Intelligence</i>	14
3.2. Peran <i>Market Intelligence</i> untuk Mendukung Strategi Bersaing Guna Mempertahankan Posisi sebagai Pemimpin Pasar (<i>Market Leader</i>).....	16
3.3. Peran <i>Market Intelligence</i> untuk Mendukung Strategi Bersaing Guna Berhasil Menjadi Penantang Pasar.....	19
3.4. Peran <i>Market Intelligence</i> untuk Mendukung Strategi Bersaing Guna Berhasil Menjadi Pengikut Pasar	21
BAB 4: SIMPULAN	23
DAFTAR KEPUSTAKAAN	

ABSTRAKSI

Strategi bersaing amat dibutuhkan perusahaan baik itu perusahaan baru maupun perusahaan yang sudah ada di pasar. Bagi perusahaan baru strategi bersaing berguna untuk mendapatkan posisi pasar yang diinginkan sedangkan bagi perusahaan yang sudah ada di pasar strategi bersaing berguna untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi yang ada di pasar.

Strategi bersaing akan berguna bila strategi tersebut sesuai dengan kebutuhan yang diharapkan. Strategi yang sesuai akan membuat perusahaan mampu mengatasi hambatan yang dihadapi dalam rangka mencapai tujuan yang ditetapkan sehingga dengan demikian ketepatan strategi bersaing akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan posisi yang pasar yang dihadapi.

Guna mewujudkan keadaan yang ada peran informasi sangat dibutuhkan untuk menentukan bagaimana strategi bersaing yang sesuai untuk digunakan oleh perusahaan. Informasi yang dijadikan sumber pertimbangan adalah informasi yang tepat dan akurat. Untuk memperoleh informasi tersebut dapat digunakan peran *market intelligence* yaitu suatu tim khusus yang dibentuk untuk mendapatkan informasi secara langsung di lingkungan sekitar perusahaan.