

Pendekatan competitive intelligence untuk perencanaan strategi promosi monitor thin film transistor-liquid crystal display (TFT-LCD) di PT. X)

Theodorus B. Hanandaka, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=85621&lokasi=lokal>

Abstrak

Competitive Intelligence (CI) merupakan sebuah program sistematis dalam mengumpulkan dan menganalisa informasi tentang aktivitas kompetitor dan trend bisnis untuk kepentingan tujuan perusahaan. Bagaimana melakukan dan menerapkan CI sehingga menjadi informasi yang memberikan nilai tambah dalam perencanaan strategi perusahaan seringkali masih menjadi permasalahan tersendiri di dalam perusahaan. Menemukan fokus dan prioritas CI agar tercapai pelaksanaan operasi intelijen yang efektif pada dasarnya merupakan tugas pertama bagi mereka yang ingin menerapkan CI, sebelum dilakukan pengumpulan dan analisa informasi dengan berbagai pilihan teknik dan metode.

Penelitian ini mengambil monitor Thin Film Transistor-Liquid Crystal Display (TFT -LCD) sebagai pilot project pelaksanaan CI di sebuah perusahaan pemasaran. Melalui metode Nominal Group Technique (NGT), berhasil teridentifikasi tiga topik intelijen yang dibutuhkan perusahaan dalam kaitannya dengan program pemasaran dan lingkungan kompetitif yang dihadapi. Tujuh Alat Manajemen Kualitas (The New Seven QC New Tools) digunakan dalam mengolah dan menganalisa informasi yang dikumpulkan secara legal dan etis. Hasil yang diperoleh menjawab kebutuhan perusahaan akan gambaran situasi kompetisi pemasaran yang dihadapi perusahaan, prioritas program promosi yang diperlukan, dan penilaian terhadap kompetitor bisnis.

Competitive Intelligence (CI) represents a systematic program in collecting and analyzing information about competitor's activities and the business trends for the sake of company's objectives. How to conduct and apply CI so that become information giving adds value in the company strategy planning oftentimes still become separate problems in the company itself. Finding priority and focus of CI so that effectiveness of intelligence operation is reached basically represent first duty for anyone who wishes to apply CI, before information gathering and analysis conducted by using various technique and method.

This research takes Thin Film Transistor-Liquid Crystal Display (TFTLCD) monitor as a pilot project of CI execution in a marketing company. By using Nominal Group Technique (NGT) method, three key intelligence topics were successfully identified, in relation with marketing program and competitive environment faced by the company. The Seven New QC Tools were conducted in processing and analyzing information collected ethically and legally. The result obtained answering the company requirements of competition situation picture will face by the company, promotion program need to be prioritized, and business competitor assessment.