

IMPLEMENTASI INTELIJEN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING PADA PRODUK MEREK KUDO PT. ESA CAKRAWLA CEMERLANG YOGYAKARTA

Lalu Jayusman

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi Intelijen Pemasaran, seperti yang diterapkan oleh Produk Merek KUDO PT. Esa Cakrawala Cemerlang Yogyakarta. Dalam rangka meningkatkan keunggulan bersaing, informasi yang akurat sangat dibutuhkan untuk mengetahui pesaing. Intelijen Pemasaran merupakan kumpulan dan analisis sistematis dari informasi yang tersedia secara umum mengenai pesaing dan perkembangan pasar. Tujuan intelijen pemasaran adalah memperbaiki pengambilan keputusan strategis, menilai dan melacak tindakan pesaing, serta memberikan peringatan dini tentang peluang dan ancaman. Intelijen pemasaran ini dianalisis melalui strategi yang dilakukan pesaing dengan melihat dan memantau promosi yang dilakukan, harga yang ditetapkan, dan produk, serta mengidentifikasi sumber dan mengumpulkan informasi melalui Informasi dari dalam perusahaan (internal), dan Informasi dari luar perusahaan (eksternal) yang diterapkan oleh produk merek KUDO PT. Esa Cakrawala Cemerlang Yogyakarta. Tugas Akhir ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan wawancara kepada HRD perusahaan dan observasi untuk melakukan pengamatan kegiatan intelijen pemasaran selama magang. Berdasarkan penggolongan data wawancara dan observasi, hasil analisis dari aktivitas intelijen pemasaran yang dilakukan oleh PT. Esa Cakrawala Cemerlang Yogyakarta dinilai belum optimal karena target perolehan agen dari perusahaan PT. Esa Cakrawala Cemerlang Yogyakarta belum bisa tercapai.

Kata Kunci : *Intelijen Pemasaran, Strategi*

**THE IMPLEMENTATION OF MARKETING INTELLIGENCE TO
INCREASE COMPETITIVE BETTER OF KUDO PRODUCTS OF PT. ESA
CAKRAWALA CEMERLANG YOGYAKARTA**

Lalu Jayusman

Abstract

This research aims to recognize the implementation of Marketing Intelligence, as applied by KUDO products of PT Esa Cakrawala Cemerlang Yogyakarta. In order to increase competitive better, accurate information is really needed to understand the competitors. Marketing Intelligence is a collection and systematic analysis of generally available information on competitors and market development. The purpose of marketing intelligence is to fix the strategic decision making, to grade and investigate the competitors' actions, and to give an early warning of opportunities and threats. The marketing intelligence is analyzed through strategy that is applied by the competitors by seeing and monitoring the promotion conducted, the price fixed, products, and identifying sources and collecting information through internal and external sources applied by KUDO product of PT Esa Cakrawala Cemerlang Yogyakarta. This final project is a descriptive qualitative research. The data analysis method used was interviews with the company's Human Resource Development and observation to see the marketing intelligence activities in the job training. Based on the interview and observation data classification, the result of marketing intelligence activities of PT Esa Cakrawala Cemerlang is not optimum yet because the agent gain target of the company is not met.

Keywords: *Marketing Intelligence, Strategy*

