

ANALISIS *COMPETITIVE INTELLIGENCE* DALAM REVOLUSI INDUSTRI 4.0 UNTUK KEBERLANGSUNGAN SUATU USAHA (Suatu Studi Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang Ciamis)

Erna Karlinawati¹, Apri Budianto², Mukhtar Abdul Kader³
Fakultas Ekonomi Universitas Galuh
_____@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada analisis *competitive intelligence* dalam revolusi industri 4.0 untuk keberlangsungan suatu usaha (suatu studi pada perusahaan jasa pengiriman barang) permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana *competitive intelligence* dalam revolusi industri 4.0 untuk keberlangsungan suatu usaha pada perusahaan jasa pengiriman barang di daerah ciamis?; 2) Bagaimana keberlangsungan usaha jasa pengiriman di era industri 4.0? Adapun tujuan penelitian ini: 1) Untuk mengetahui dan menganalisis *competitive intelligence* dalam revolusi industri 4.0 untuk keberlangsungan suatu usaha pada perusahaan jasa pengiriman barang di daerah ciamis. 2) Untuk mengetahui bagaimana keberlangsungan usaha jasa pengiriman di era industri 4.0.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Sedangkan teknik analisi data yang digunakan adalah dengan menggunakan Reduksi Data, *Display Data* dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil penelitian yang diperoleh yaitu 1) *competitive intelligence* dalam revolusi industri 4.0 pada perusahaan jasa pengiriman barang di Kabupaten Ciamis yaitu perusahaan PT. Indah Logistic Kargo, PT. Global Jet Express (J&T), PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir (JNE dan TIKI), PT. Andiartha Muzizat (Ninja Van/Ninja Xpress), dan PT. SiCepat Express. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan jasa pengiriman berjalan cukup pesat hal ini bisa dilihat dari cabang-cabang setiap perusahaan yang tersebar di seluruh Indonesia dan juga teknologi yang semakin berkembang menjadikan perusahaan jasa pengiriman semakin meningkat setiap tahunnya. 2) keberlangsungan usaha jasa pengiriman di era industri 4.0 sangat berkembang bisa dilihat dari bagaimana pengguna jasa sangat antusias dalam menggunakan layanan jasa pengiriman barang.

Kata Kunci: *Competitive Intelligence*, Revolusi Industri 4,0

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan jaman saat ini dan di ikuti dengan perekonomian yang semakin berkembang membuat persaingan antar perusahaan semakin meningkat. Munculnya persaingan dalam dunia bisnis merupakan hal yang tidak dapat dihindari. Dengan adanya persaingan maka perusahaan-perusahaan di hadapkan berbagai peluang ancaman, dan konsumen yang semakin menuntut juga akan memaksa perusahaan untuk memaksimalkan sumber daya yang dimilikinya untuk meningkatkan daya saing. Generasi muda tidak bisa hanya menjadi penonton dalam arus persaingan global. Generasi muda harus kreatif, inovatif, produktif dan berperan aktif agar dapat bertahan menghadapi dirupsi yang muncul dalam era revolusi industri (YBB,2018).

Kecerdasan bersaing bertujuan untuk memahami dan mempelajari apa yang terjadi di dunia luar bisnis untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Oleh karena itu perusahaan jasa pengiriman barang sangat memerlukan adanya *competitive intelligence* dalam revolusi industri 4.0 untuk keberlangsungan usaha jasa pengiriman khususnya di era industri 4.0 untuk menghadapi persaingan pasar global.

Competitive intelligence merupakan proses sistematis untuk menghasilkan rekomendasi tentang hal-hal yang dapat dilakukan dimana proses sistematis tersebut terdiri dari proses perencanaan, pengumpulan informasi, analisis dan penyebaran informasi, supaya dapat kemajuan dan pengembangan yang berpotensi mempengaruhi situasi kompetitif suatu perusahaan (Muller dalam Straus, 2008).

Dalam revolusi industri 4.0 mempunyai integritas-integritas yaitu integritas dari *Cyber Physical Sistem* (CPS) dan *Internet Of Things And Service* (IoT dan IoS) kedalam proses industri meliputi manufaktur dan logistik serta proses lainnya. CPS ini teknologi untuk menghubungkan antara dunia nyata dan dunia maya. Penggabungan ini bisa terwujud melalui integritas antara proses fisik dan komputerisasi (teknologi mbedded computers dan jaringan) secara *close loop*. Banyak penelitian yang menyebutkan industri 4.0 adalah istilah untuk menyebut sekumpulan teknologi dan organisasi rantai nilai berupa *smart factory*, CPS, IoT dan IoS, *smart factory* ini merupakan modular dengan teknologi CPS yang memonitor proses fisik produksi kemudian menampilkannya secara virtual dan melakukan desentralisasi pengambilan keputusan. Melalui IoT, CPS mampu saling berkomunikasi dan bekerja sama secara *real time* termasuk dengan manusia. Sedangkan IoS dapat dikatakan semua aplikasi layanan yang dapat dimanfaatkan oleh setiap pengguna baik secara internal maupun antar organisasi.

Kabupaten Ciamis salah satu wilayah di Jawa Barat, Ciamis terdiri dari 27 kecamatan dengan luas wilayah hingga 2.710.62 kilometer persegi dengan jumlah penduduk sekitar 4.246.307 jiwa. Sebagai kawasan yang berkembang di Jawa Barat masyarakat Ciamis sangat membutuhkan adanya jasa ekspedisi. Perkembangan industri jasa pengiriman mengalami kemajuan yang cukup pesat, sejak berlaku pasar bebas di Indonesia arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas, kebutuhan akan jasa pengiriman barang semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Para pelaku bisnis, terutama bisnis *online* atau *e-commerce* menggunakan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang kepada custommernya di seluruh indonesia hingga diluar negri. Melihat dengan banyaknya

jasa pengiriman barang membuat para pelaku bisnis perlu menentukan jasa pengiriman yang tepat untuk digunakan. Melakukan survei terhadap jasa pengiriman yang akan digunakan penting untuk dilakukan untuk mengetahui kredibilitas jasa pengiriman yang ada. Selain itu, pelayanan yang profesional, kecepatan pengiriman, biaya pengiriman, kemudahan dalam menggunakan jasa, serta asuransi atau jaminan yang ditawarkan menjadi faktor yang harus dipertimbangkan dalam menggunakan jasa pengiriman barang.

Berdasarkan hasil survei pada perusahaan jasa pengiriman barang di wilayah Kabupaten Ciamis, di antaranya CARGO, J&T EXPRESS, JNE EXPRES, NINJA XPRESS, dan SI CEPAT, dari 100 pelanggan diketahui bahwa yang menggunakan sambungan interkoneksi 92 pelanggan, bantuan teknis 71 pelanggan, keputusan terdesentralisasi 86 pelanggan dan hanya sekitar 63 pelanggan yang memilih transparansi informasi, sebagian pelanggan menyatakan transparansi informasi pada perusahaan jasa masih dianggap kurang. Tidak semua kemudahan transparansi informasi memudahkan masyarakat dalam mengecek barang kiriman. Tidak sedikit masyarakat yang sering mengeluh karena keterlambatan dalam pengiriman barang kiriman serta sering tidak sesuai dalam memberikan jawaban ketika pelanggan ingin cek lacak kirim barang dari situs *website* perusahaan. Dari fenomena tersebut dapat dilihat bahwa teknologi lacak kirim barang yang diterapkan kurang memberikan pelayanan yang optimal bagi masyarakat.

LANDASAN TEORI

Competitive Intelligence

Competitive intelligence (kecerdasan bersaing) adalah pengembangan pandangan kedepan yang dapat ditindak lanjuti mengenai dinamika persaingan dan faktor-faktor non pasar yang dapat digunakan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif. *Competitive intelligence* menurut Hopper dalam Strauss (2008): *Competitive intelligence* merupakan proses menganalisis informasi yang berhubungan dengan pasar dan kompetitor, lalu mengumpulkan dan mentransformasikan menjadi *intelligence* yang sangat berguna sehingga mempengaruhi kegunaan dan pengambilan keputusan.

Revolusi Industri 4.0

Menurut Kagerman dalam Prasetyo dan Sutopo (2018:19) mengungkapkan bahwa “industri 4.0 adalah integritas dari *Cyber Physical System*(CPS) dan *Internet of Things and*

Services (IoT dan IoS) ke dalam proses industri manufaktur dan logistik serta proses lainnya”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Sugiono (2016:9) menyimpulkan bahwa :Metode kualitatif adalah metode yang berlandaskan pada filsafat postpositifisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

***Competitive Intelligence* Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang**

Competitive intelligence yaitu mengumpulkan, menganalisis, dan menggunakan informasi yang dikumpulkan tentang pesaing, dengan cepat dan akurat. Dengan adanya *Competitive intelligence* pada perusahaan jasa pengiriman barang menjadikan perusahaan lebih unggul dari pada pesaing. *Competitive intelligence* merupakan suatu cara dalam meningkatkan perusahaan dan berpotensi positif bagi kelancaran perusahaan yang mewujudkan adanya respon yang baik dan ketertarikan masyarakat dalam melakukan penggunaan jasa pada perusahaan jasa pengiriman barang.

Revolusi Industri 4.0 Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang

Teknologi revolusi industri 4.0 juga dapat membantu karyawan serta kepala cabang dalam mengetahui adanya masalah serta bagaimana menyelesaikan masalah tersebut. revolusi industri 4.0 pada perusahaan jasa pengiriman barang sudah mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Perusahaan jasa pengiriman barang terus berusaha menyempurnakan teknologi revolusi industri 4.0, dimana perusahaan perusahaan akan memberikan layanan informasi yang lebih cepat dan tanggap dalam melayani permintaan pengguna jasa.

Keberlangsungan Usaha Jasa Pengiriman Di Era Industri 4.0

Keberlangsungan usaha jasa pengiriman pada era industri 4.0 saat ini sangat berkembang bisa dilihat dari bagaimana pengguna jasa sangat antusias dalam menggunakan

layanan jasa pengiriman barang. Apalagi sejak berlakunya pasar bebas di Indonesia arus perdagangan barang atau jasa menjadi tidak terbatas, kebutuhan akan jasa pengiriman semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan semakin banyaknya para pelaku bisnis online menggunakan jasa pengiriman untuk mengirimkan barang kepada *customer* nya ke seluruh Indonesia hingga Luar Negeri menimbulkan dampak yang sangat positif pada perusahaan jasa pengiriman, teknologi yang digunakan pada perusahaan jasa pengiriman barang adalah teknologi *cyber physical system* (CPS) dan *internet of things* (IoT), teknologi ini memberikan transparansi informasi kepada masyarakat sehingga masyarakat dapat mengetahui keberadaan barang kiriman mereka.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara dan triangulasi yang dilaksanakan pada perusahaan jasa pengiriman barang di ciamis, dapat disimpulkan bahwa competitive intelligence pada perusahaan jasa pengiriman barang sangat dibutuhkan karena mengacu pada kemampuan mengumpulkan, menganalisis, dan memanfaatkan informasi tentang pesaing, pelanggan, dan faktor pasar lainnya. Penerapan revolusi industri 4.0 melalui Cyber Physical System (CPS) dan Internet of Things (IoT) memberikan transparansi informasi berbasis online yang dapat diakses konsumen kapanpun dan dimanapun, sehingga membantu keberlangsungan perusahaan dalam menghadapi pasar global. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk lebih memperkenalkan pelayanan serta berbagai kemudahan yang ditawarkan, terutama melalui penggunaan website yang memungkinkan konsumen melacak kiriman barang dan mengecek tarif pengiriman, sehingga pemanfaatan competitive intelligence dalam revolusi industri 4.0 dapat lebih efektif dan efisien.

Selain itu, keberlangsungan usaha jasa pengiriman di era revolusi industri 4.0 terbukti semakin berkembang seiring dengan tingginya antusiasme masyarakat dalam menggunakan layanan pengiriman. Hal ini didukung oleh teknologi CPS dan IoT yang memberikan transparansi informasi mengenai keberadaan barang kiriman. Sejalan dengan hal tersebut, perusahaan jasa diharapkan lebih mampu menyesuaikan dan mengembangkan layanan terbaru pada website perusahaan, agar konsumen mendapatkan pengalaman layanan yang lebih mudah, cepat, dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Rizwan Raheem. (2014). *Competitive Intelligence and Marketing Effectiveness of Organization : An Investigation from Pakistan*. Middle-East Journal of Scientific Research.Vol. 10, pp. 1565 – 1570
- Alma, Buchari.2017. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Bahrin, Mohd Aiman Kamarul et al. 2016. *Industry 4.0: A Review On Industrial Automation And Robotic*, Jurnal Teknologi (Sciences & Engineering) UTM 78 (6-13),137–143.
- Budianto, April. 2015. *Manajemen Pemasaran Edisi Revisi*. Yogyakarta: Ombak
- Dishman, Paul L & Jonathan L. Calof. (2008). *Competitive Intelligence : a multiphasic precedent to marketing strategy*. European Journal of Marketing.Vol. 42 (7/8), pp. 766-785
- Cynthia A., and Bulley, K. (2014). *Competitive Intelligence Information: A Key Business Success Factor*, Journal of Management and Sustainability, 4.
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen Cetakan II*. Jakarta: Rajawali Pers
- Gracanin, Saban & Edin Kalac, Dejan Jovanovic. (2015). *Competitive Intelligence: Importance And Application In Practice.Review Of Innovation And Competitiveness*, Vol. 1 (2), pp. 25-44
- Handoko. 2013. *Manajemen*. BPEF-YOGYAKARTA
- Hasibuan, Melayu S.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hasibuan, Melayu S.P. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hasibuan, Melayu S.P. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Hoedi Prasetyo, W. S. (2017). *Perkembangan Keilmuan Teknik Industri Menuju Era Industri 4.0*. Paper presented at the Seminar dan Konferensi Nasional IDEC, Surakarta.
- Kagermann, H., Wahlster, W., & Helbig, J.(2013). *Recommendations for Implementing the Strategic Initiative Industrie 4.0*. Industrie 4.0 Working Group, Germany.
- Kolter Dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke 13. Jakarta Erlangga
- Kolter, P Dan Keller, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 2. Jakarta: Erlangga
- Kolter, P Dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Manajemen* 14TM Edition, New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Nasri, Wadie. (2012). *Conceptual Model of Strategic Benefits of Competitive Intelligence Process*. International Journal of Business and Commerce. Vol. 1 (6), pp. 25-35

- Paksy, Jesi Akbar Ratu. 2017. Karya Ilmiah Pada Kementrian Kesehatan RI Politeknik Kesehatan Kemenkes
- Robbins Dan Courter. 2012. *Perilaku Organisasi, Konsep, Kontroversi, Aplikasi*. Jakarta: PT. Prendhallindo.
- Savitri, A. 2019. Revolusi Industri 4.0 Mengubah Tatanan Menjadi Peluang Di Era Disrupsi 4.0. Yogyakarta: Penerbit Ganesida
- Sudaryono, 2016. Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta
- Suranta, Brahmana. (2006). *Peranan Data Warehouse untuk Mendukung Aktivitas Competitive Intelligence di PT. Telkom*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi III.
- Suroso, Jarot Sembodo. (2013). *Competitive Intelligence: Pengaruh Budaya Organisasi, Gaya Kepemimpinan dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Organisasi Untuk Meningkatkan Kualitas Perguruan Tinggi*. International Seminar on Quality and Affordable Education. Vol. 2, pp. 289-301.
- Thoba, Miftah. 2010. Perilaku Organisasi Konsep Dasar Dan Aplikasinya, Jakarta: PT. Raja Garafindo
- Zadeh, Davod Hossein & Vahid Khodaei Tehrani. (2015). *Surveying the Influence of Competitive Intelligence on Business Performance (Evidence from Iran)*. Jurnal UMP Social Science and Technology Management. Vol. 3 (1).
- _____. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.