

BAB 1

PENDAHULUAN

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Perusahaan terbentuk dari beberapa departemen yang saling terkait satu sama lain dalam menjalankan fungsinya masing-masing. Kegiatan yang dijalankan masing-masing departemen memerlukan informasi yang dihasilkan oleh departemen lain, yang nantinya akan menghasilkan informasi yang diperlukan oleh departemen lain maupun departemen sumber informasi awal, sehingga membangun kekuatan perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis.

Perubahan perusahaan paling besar dipengaruhi oleh faktor eksternal yang secara tidak langsung menuntut perusahaan berkembang untuk memenuhi tuntutan konsumen, mengimbangi kompetitor dan menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Kecepatan dan ketanggapan perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan di lingkungan perusahaan, baik internal maupun eksternal, mengharuskan perusahaan mendapatkan informasi yang tepat waktu, akurat, lengkap, ringkas dan mencakup semua informasi yang dibutuhkan (Winarno, 2004:3-4). Informasi tersebut dapat diperoleh dari sistem informasi yang terintegrasi.

Ancaman dari kompetitor terhadap perusahaan tidak hanya datang dari sisi barang yang dijual oleh perusahaan yang meliputi jenis barang, tipe barang, kualitas barang, harga barang dan jalur distribusi. Namun juga pada ketepatan perusahaan dalam memenuhi permintaan konsumen. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam membuat jadwal pengiriman yang lebih tepat.

Kemajuan teknologi saat ini memberikan alternatif yang lebih mudah bagi perusahaan untuk penggunaan sistem informasi. Salah satunya adalah informasi tentang persediaan barang jadi, terutama pada perusahaan dengan ratusan jenis barang. Diharapkan dengan adanya sistem ini, perusahaan dapat mengetahui jumlah persediaan dengan cepat dan akurat, sehingga pihak *marketing* lebih fokus dalam menawarkan jenis produk dan tidak khawatir akan kekeliruan data. Dengan demikian, keluhan konsumen akan pembatalan pengiriman yang diakibatkan salah informasi atas jumlah persediaan barang jadi dapat diminimalkan.

Selain itu, penggunaan sistem informasi ini diharapkan memberikan kemampuan kepada pihak manajemen untuk mengontrol, memonitor, dan mengevaluasi kinerja departemen; serta dapat meminta pertanggungjawaban dari manajer masing-masing departemen.

Dalam kegiatan pemasarannya PT "D" mengalami permasalahan, antara lain pembebanan biaya tambahan *overnight* (biaya inap) oleh pihak ekspedisi yang menambah kerugian bagi perusahaan. Pembebanan biaya inap tersebut dikenakan baik saat truk masih berada di gudang pabrik maupun saat di gudang distributor. Saat di gudang pabrik, truk harus menginap karena belum dimuati dan harus dimuati esok hari, padahal truk sudah dipesan hari itu. Sedangkan saat di gudang distributor, truk harus menginap karena tidak terbongkar akibat gudang distributor tidak membongkar. Hal ini disebabkan karena ketidaktepatan jadwal pengiriman yang disusun oleh bagian distribusi. Sebagai salah satu faktor penentu harga jual, maka perusahaan harus memberikan perhatian ekstra pada biaya angkut. Penggunaan biaya angkut secara kompetitif memberikan peluang bagi perusahaan untuk menurunkan harga (Porter, 1980:35-37).

Dalam upaya untuk mengurangi atau meminimalkan permasalahan tersebut, pihak manajemen memutuskan untuk mengevaluasi Sistem Informasi Pemasaran yang telah ada, guna perbaikan untuk peningkatan efisiensi, efektivitas dan kualitas perusahaan. Diharapkan Sistem Informasi Pemasaran dapat mempercepat pengambilan keputusan oleh pihak manajemen.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana model Sistem Informasi Pemasaran yang dapat menghasilkan ketepatan skedul pengiriman untuk efisiensi biaya pengiriman pada PT "D"?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang diharapkan dapat dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Mengemukakan usulan model Sistem Informasi Pemasaran untuk menghasilkan informasi yang dapat digunakan dalam peningkatan ketepatan skedul pengiriman pada PT "D".

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat dalam merancang Sistem Informasi Pemasaran untuk menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh pihak manajemen dalam pengambilan keputusan secara tepat waktu, akurat dan relevan.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Penelitian ini berusaha memberikan alternatif sistem informasi yang menghasilkan ketepatan skedul pengiriman sehingga efisiensi biaya pengiriman dapat tercapai.