

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemasaran adalah “is a societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others”. Pemasaran yaitu “segala kegiatan yang menawarkan suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”. (Kotler, Philipp.,2000).

. Perusahaan harus memadukan keputusan-keputusan pemasarannya dengan fungsi pemasaran yang lain. Biasanya bagian pemasaran mengkoordinasikan tugas-tugas pada bagian dalam perusahaan secara informal. Hal ini menyebabkan semakin pentingnya bagian pemasaran bagi perusahaan.

Dalam penelitian ini dispesifikasikan untuk perusahaan pertambangan, salah satunya adalah PT.Sanggar Sarana Baja. Perusahaan ini adalah perusahaan yang bergerak dalam pembuatan peralatan untuk minyak & gas, pertambangan dan pembangkit listrik, peralatan transportasi, komponen rekondisi alat berat dan menyediakan jasa konstruksi mesin di tempat. Dalam setiap perusahaan, bidang pemasaran sangat penting untuk meningkatkan keuntungan dan mempertahankan perusahaan dalam persaingan bisnis.

Seiring berkembangnya teknologi, maka seharusnya hidup di dunia ini semakin mudah. Dalam kehidupan bisnis, diperlukan

teknologi untuk memudahkan usaha mereka berjalan dengan baik dan mendapatkan keuntungan sehingga perusahaan tersebut semakin maju dan mampu bertahan dalam persaingan bisnis pada era globalisasi saat ini. Teknologi yang kita bahas disini adalah teknologi yang berkembang melalui komputer pribadi.

Sistem informasi eksekutif pemasaran bisa mempermudah para manajer pemasaran mereka dalam pengambilan keputusan manajemen pemasaran. Sistem ini menyediakan informasi-informasi yang mempermudah manajer pemasaran dalam pengambilan keputusan untuk manajemen pemasaran. Sistem informasi eksekutif pemasaran harus terus berkembang agar tidak ketinggalan dalam perkembangan teknologi dan informasi-informasi terbaru pada manajemen pemasaran di sebuah perusahaan.

Dengan adanya sistem informasi eksekutif ini dapat mempermudah manajer pemasaran dalam pengambilan keputusan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang lebih baik lagi. Agar usaha mereka dapat meningkat lebih pesat dan mendapatkan laba yang lebih besar.

Dengan demikian dalam penulisan skripsi ini akan dibuat sebuah aplikasi sistem informasi untuk pihak eksekutif pemasaran. Sistem ini akan dapat memudahkan para eksekutif atau manajer pemasaran dalam melakukan kegiatan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Semakin banyak konsumen yang menginginkan barang dan jasa yang murah dan berkualitas baik. Konsumen merupakan perusahaan yang memiliki proyek. Proyek tersebut adalah proyek yang memerlukan bantuan perusahaan pertambangan. Konsumen menginformasikan tentang proyek yang mereka jalankan. Sehingga perusahaan pertambangan membuat tender yang baik dan sesuai permintaan konsumen.

Kurangnya teknologi yang dapat menjalankan sistem penginformasian mengenai perusahaan yang membutuhkan jasa pertambangan untuk membantu proyek perusahaan tersebut sehingga perusahaan pertambangan berlomba-lomba untuk memenangkan tender yang sesuai permintaan konsumen. Konsumennya yaitu perusahaan yang memerlukan jasa pertambangan.

Kurangnya informasi pesaing perusahaan juga dapat mengurangi keuntungan perusahaan pertambangan, sehingga perusahaan juga membutuhkan sistem yang menginformasikan pesaing mereka.

Sulitnya perusahaan untuk menentukan harga yang dapat bersaing dengan pesaing-pesaing mereka. Harga tersebut sangat mempengaruhi peningkatan penjualan untuk perusahaan. Sehingga persaingan harga sangat penting untuk PT.Sanggar Sarana Baja.

Maka dari itu, seiring perkembangan teknologi yang semakin maju dan mempermudah segala sesuatu. Saya disini ingin membuat sistem informasi eksekutif pemasaran untuk mempermudah para manajer pemasaran dalam mengefektifkan manajemen mereka

dengan memperbahurui sistem yang menginformasikan tentang tender, produk, harga, dan pesaing perusahaan tersebut sehingga menjadikan manajemen tersebut lebih baik lagi.

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah data yang saya teliti merupakan data pemasaran dan penjualan periode 2010 dan 2011. Dalam analisis masalahnya, saya melakukan analisis dengan metode PORTER, SWOT, dan CSF. Metode yang digunakan untuk merancang sistem yaitu UML dengan menggunakan use case, activity, class, deployment, statechart, sequence, package, dan communication diagram.

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan, yaitu :

- 1) Mengetahui dan menganalisis prosedur perencanaan bisnis yang dilakukan oleh perusahaan.
- 2) Merancang suatu strategi pemasaran yang akan melakukan hal berikut:
 - (1) Membantu Manajer dalam merencanakan pemasaran.
 - (2) Membantu Manajer dalam menentukan harga.
 - (3) Membantu Manajer dalam mempromosikan barang dan jasanya.
 - (4) Membantu Manajer dalam meningkatkan keuntungan perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara Akademis penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap perkembangan dan pendalaman studi komputer pada umumnya terutama pada bidang teknik informatika khususnya mengenai sistem informasi eksekutif pemasaran pada perusahaan .

Secara Praktis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan kepada perusahaan pertambangan yang lain dalam merancang sistem informasi eksekutif pemasaran.