



Peran Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT Mayora Indah Tbk

Agung Wijoyo ¹, Mira Agustina ², Debi Nina Bako ³, Sutan Jorghi Fansury Harahap ⁴

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi Bisnis Manajemen S1 Universitas Pamulang

Email : dosen01671@unpam.ac.id ¹, agustinmira48@gmail.com ², debininabako@gmail.com ³,
sutanjorghi27@gmail.com ⁴

Abstract. *Management Information Systems are systems that help managers collect, manage and utilize information for effective decision making. Based on the definition obtained, the implementation of the management information system at PT Pos Indonesia consists of creating a database network system between departments in operational activities. In an effort to develop PT Pos Indonesia, it has implemented a business innovation, namely bill payment services, not only providing letter delivery services at the Post Office, it can now serve all forms of bill payments. PT Pos Indonesia has also created an application to support services and make it easier for customers to carry out their transaction needs, these applications are PosAja and PosPay. Then the obstacles faced during the implementation of the information management system at PT Pos Indonesia often occur overtime or delays in the data processing process due to frequent network disruptions and frequent system maintenance on applications, sudden changes in the system environment, and frequent policy changes in A management system that is less consistent makes it a bit difficult for employees. Therefore, the author is interested in analyzing PT's marketing information system. Mayora Indah Tbk*

Keywords : *Implementation of Management Information Systems at PT Mayora Indah Tbk*

Abstrak. Perkembangan atau pembangunan sistem informasi saat ini sangat dimanfaatkan sepenuhnya oleh hampir setiap perusahaan, baik itu perusahaan berskala kecil maupun yang berskala besar. Hampir setiap aspek kegiatan di perusahaan harus betul-betul bisa memanfaatkan sepenuhnya teknologi yang sedang digunakan dan bahkan perusahaan rela untuk membeli sebuah sistem informasi agar kegiatan di perusahaannya dapat berjalan dengan efektif sehingga dapat memberikan banyak keuntungan. Dan juga kegiatan yang dulunya dilakukan menggunakan uang atau kartu dan sebagainya, sudah bisa digunakan hanya dengan sebuah aplikasi atau bisa dibilang sebuah proses Digitalisasi. Terutama dalam lingkup pemasaran. Jika sudah menyangkut pemasaran maka segala sesuatunya akan diusahakan yang terbaik agar proses pemasaran berjalan dengan lancar. Hal ini terjadi karena pemasaran merupakan tombak utama pengukur suatu keberhasilan perusahaan. Maka dari itu Sistem Informasi Manajemen pada Pemasaran perlu diperhatikan. Maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisis sistem informasi pemasaran PT. Mayora Indah Tbk.

Kata Kunci : Penerapan Sistem Informasi Manajemen pada PT Mayora Indah Tbk

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini adalah era dimana semua aktivitas berlangsung secara digital, mudah, dan modern. Kecanggihan teknologi membuka banyak peluang dan kemudahan bagi semua orang dan organisasi yang ada sehingga dapat memberi keefisienan dan keefektifan. Oleh sebab itu, banyak perusahaan atau individu yang sudah bersiap untuk membangun sistem informasi pemasaran yang baik guna dapat bersaing dan bertahan dalam persaingan bisnis. Dengan membuat sistem informasi pemasaran yang baik, maka perusahaan telah melakukan rencana perubahan yang semakin baik ke depannya mengenai proses pemasaran atau penjualan.

Mayora Indah Tbk membuat sistem informasi manajemen pemasarannya sudah mulai berkembang demi mensukseskan tujuan perusahaan. Maka dari itu sistem informasi manajemen pemasaran PT. Mayora Indah Tbk menjadi acuan dalam menentukan proses pemasaran agar lebih terarah dan sesuai dengan harapan semua yang bersangkutan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode tinjauan literatur. Tinjauan pustaka adalah proses pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian yang diteliti. Dalam penelitian ini, kami melakukan penelusuran dan analisis literatur yang relevan mengenai peran Sistem Informasi Manajemen Pemasaran (SIM Pemasaran) di PT. Mayora Indah Tbk. Berbagai sumber literatur digunakan, antara lain jurnal akademik, buku, artikel, dan dokumen terkait yang diterbitkan oleh PT Mayora Indah Tbk dan entitas terkait.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Sistem Informasi Manajemen

Sistem Informasi Manajemen (SIM) merupakan sistem perencanaan bagian dari pengendalian internal suatu bisnis yang meliputi pemanfaatan manusia, dokumen, teknologi, dan prosedur oleh akuntansi manajemen untuk memecahkan masalah bisnis seperti biaya produk, layanan, atau suatu strategi bisnis, sebagai sistem informasi yang digunakan untuk mengambil keputusan, mengkoordinasikan, mengendalikan, menganalisis, serta memvisualisasikan suatu informasi dalam organisasi. Sistem Informasi Manajemen ini terdiri dari perangkat keras dan perangkat lunak yang berfungsi sebagai dasar operasi suatu organisasi. SIM bekerja dengan cara mengumpulkan data-data dari beberapa sistem online untuk dianalisis, kemudian SIM akan melaporkan hasil analisis tersebut membantu manajemen mengambil keputusan, membuat perencanaan, atau memecahkan suatu masalah

Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pengendalian aktivitas yang berhubungan dengan pemasaran produk atau jasa suatu perusahaan. Hal ini bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran, seperti memahami kebutuhan pelanggan, mempromosikan produk atau jasa, mengidentifikasi pasar sasaran, dan mencapai keuntungan yang berkelanjutan. Manajemen pemasaran melibatkan pengambilan keputusan strategis untuk memenuhi keinginan pelanggan dan mencapai keberhasilan bisnis.

B. Pemasaran

Pemasaran adalah kegiatan yang bertujuan untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, mengembangkan produk atau jasa yang memenuhi kebutuhan tersebut, dan mempromosikan produk atau jasa tersebut kepada pasar target. Ini melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan berbagai aspek seperti penelitian pasar, periklanan, distribusi, dan hubungan pelanggan, dengan tujuan mencapai keberhasilan dalam menjual produk atau jasa serta membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan.

C. Sistem Informasi Pemasaran PT. Mayora Indah Tbk

Sistem informasi yang digunakan PT Mayora Indah adalah SAP. MATRIX. MATRIX yang digunakan setiap cabang dari Mayora Indah akan berhubungan langsung dengan SAP pusat untuk mempermudah pencatatan dan pemesanan barang. Setelah memasukkan User ID serta password yang benar, akan muncul tampilan dari sistem MATRIX yang berisikan berbagai macam menu di toolbar untuk melakukan pencatatan, antara lain :

1. General Setup, menu ini berfungsi untuk inisialisasi data awal dan pengguna baru.
2. Master Data Management, menu ini berfungsi untuk mencatat data pelanggan dan digunakan untuk menginput outlet baru.
3. Inventory Management, menu ini berfungsi untuk melakukan pencatatan dan kontrol mengenai persediaan stok gudang dan stok van.
4. Sales Management, menu ini berfungsi untuk mencatat transaksi yang dilakukan salesman. Dalam menu ini, data penjualan diproses menjadi faktur penjualan yang kemudian di print. Menu ini juga terdapat rekapitulasi jumlah produk, toko dan besar omset masing – masing salesman. Menu ini juga berfungsi untuk pemeliharaan retur dan melihat berapa target yang sudah didapat dari sales kanvas.
5. Financial Management, menu ini berfungsi untuk memasukkan pencatatan pelunasan faktur, melihat laporan piutang toko, melihat stock opname di gudang apakah sama atau tidak serta melakukan penutupan laporan hari ini. Setelah laporan ditutup, maka tidak bisa diganti – ganti lagi.
6. Incentive Management, menu ini berfungsi untuk membuat perhitungan jumlah insentif untuk salesman, dalam menu ini juga dapat dilihat berapa target yang harus dipenuhi salesman.
7. Sales Report, menu ini menyediakan laporan untuk HOA, laporan pencapaian target dan kunjungan tiap harinya, analisis laporan penjualan tiap hari dan laporan barang yang digunakan untuk promosi.

8. Utility, utility yang dimaksudkan adalah sistem android yang digunakan. Menu utility menyediakan fasilitas untuk menarik data dari salesman dan mengirim data ke pusat (extract data). Data hasil kerja salesman kanvas dan TO dapat ditarik dengan adanya sistem mobile SFA yang terhubung langsung dengan tablet yang dibawa salesman. Sistem mobile SFA ini juga dilengkapi dengan alat printer portable yang digunakan untuk mencetak nota. Sementara untuk HOA yang bertugas mengecek kinerja salesman juga bisa menggunakan bantuan sistem Matrix untuk mengisi data atau meminta data dari salesman tertentu.
9. Tax Management, menu ini menyediakan fasilitas untuk membuat faktur pajak dan penghapusan pajak. Ini memudahkan salesman yang sedang berkeliling di toko yang memiliki NPWP, salesman bisa langsung memberikan potongan pajak terhadap toko tersebut.
10. Exit, setelah semua proses selesai pengguna bisa keluar dari sistem. Jika pengguna ingin masuk kembali, maka harus memasukkan User ID dan passwordnya.

4. KESIMPULAN

Aktivitas-aktivitas yang masuk ke dalam menghasilkan suatu pemecahan sistem informasi terhadap permasalahan atau peluang organisasional dinamakan pengembangan sistem (systems development). Pengembangan sistem merupakan jenis permasalahan yang terstruktur yang dipecahkan dengan aktivitas-aktivitas yang berbeda. Aktivitas tersebut terdiri alas analisis sistem, desain sistem, pemrograman, pengujian, konversi, serta produksi dan pemeliharaan.

Peran dasar sistem informasi dalam bisnis adalah mendukung proses dan operasi bisnis sebagai seorang pelanggan, mendukung pengambilan keputusan para pegawai dan manajernya dan mendukung berbagai strategi untuk keunggulan kompetitif.

MATRIX yang berisikan berbagai macam menu di toolbar untuk melakukan pencatatan, antara lain General Setup, Master Data Management, Inventory Management, Sales Management, Financial Management, Incentive Management, Sales Report, Utility, Tax Management, dan Exit.

DAFTAR PUSTAKA

- Putra, Y. M., (2021). *Membangun Sistem Informasi. Modul Kuliah Sistem Informasi Akuntansi Jakarta : FEB-Universitas Mercu Buana.*
- Choiriah, S., & Sudibyo, Y. A. (2020). *Competitive Advantage, Organizational Culture and Sustainable Leadership on the Success of Management Accounting Information System Implementation.*
- Fuadah, H., & Setiyawati, H. (2020). *The EFFECT OF THE IMPLEMENTATION OF TRANSPARENCY AND ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS ON THE QUALITY OF FINANCIAL REPORTS. IJO-International Journal of Business Management, 3(11), 01- 12.*
- Hanifah, S., Sarpingah, S., & Putra, Y. M. (2020). *The Effect of Level of Education, Accounting Knowledge, and Utilization Of Information Technology Toward Quality The Quality of MSME's Financial Reports. In The 1st Annual Conference Economics, Business, and Social Sciences (ACEBISS) 2019 (Vol. 1, No. 3).*
- Iskandar, D. (2015). *Analysis of factors affecting the success of the application of accounting information system. International Journal of scientific & Technology research, 4(2), 155-162*
- Susanto, A. (2018, June). *The Influence of Information Technology on the Quality of Accounting Information System. In Proceedings of the 2018 2nd High Performance Computing and Cluster Technologies Conference (pp. 109-115).*
- Putra, Y. M. (2019). *Analysis of Factors Affecting the Interests of SMEs Using Accounting Applications. Journal of Economics and Business, 2(3), 818-826.*
- <https://www.slideshare.net/NurNopitaSari/tugas-sistem-informasi-manajemen-implementasi-sistem-informasi-manajemen-pt-mayora-indah->