

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Sales dan Marketing

Kegiatan utama di dalam sebuah perusahaan adalah penjualan dan pemasaran. Di samping bagian-bagian lain yang umumnya terdapat di sebuah perusahaan, seperti: bagian keuangan, akuntansi, bagian logistik dan bagian personalia; bagian penjualan merupakan ujung tombak dari sebuah perusahaan. "Selling is the primary activity of most marketing groups" (Scott, 1986, p. 414). Perusahaan yang kuat adalah perusahaan yang posisi penjualannya kuat karena dari penjualan tersebut perusahaan mendapatkan laba. Oleh karena itu perlu adanya berbagai tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan performa penjualan demi tercapainya tujuan dari suatu perusahaan.

Untuk meningkatkan performa penjualan, di samping harus memiliki tenaga penjualan yang tangguh, perusahaan juga perlu didukung oleh tenaga marketing yang kuat dalam menyusun strategi demi tercapainya target yang ingin dicapai. Oleh karena itu diperlukan sistem pendukung yang dapat membantu di dalam mengambil keputusan yang tepat.

“The selling concept holds that consumers, if left alone, will ordinarily not buy enough of the organization’s products. The organization must therefore undertake an aggressive selling and promotion effort” (Kotler, 1996, p. 19). Konsep tersebut menganggap bahwa konsumen menunjukkan resistensi di dalam membeli sehingga perusahaan perlu meningkatkan usaha penjualan dan alat-alat promosi yang efektif untuk merangsang konsumen untuk membeli.

“The marketing concept holds that the key to achieving organizational goals consists in determining the needs and wants of target markets and delivering the desired satisfactions more effectively and efficiently than competitors” (Kotler, 1996, p. 20). Oleh karena itu konsep marketing menitikberatkan pada empat bagian yaitu target pasar, kebutuhan konsumen, koordinasi marketing dan profitabilitas.

2.2 Sistem Informasi

Tujuan dari suatu perusahaan diyakini dapat dicapai dengan memenuhi kepuasan konsumen atau pasar. ”The marketing concept is a business philosophy that maintains that the key to achieving organizational goals is to determine the needs of target markets and to deliver the desired merchandise more efficiently than do competitors” (Dalrymple and Parsons, 1995, p. 13).

Seiring dengan perjalanan waktu dan perubahan jaman, tuntutan pasar yang makin meningkat, menuntut perusahaan untuk makin meningkatkan kemampuan

dalam merespon pasar, meningkatkan kinerja dan memberikan pelayanan yang terbaik. Segala sesuatu yang masih bersifat manual, secara perlahan sudah harus digantikan dengan penggunaan teknologi untuk menghasilkan suatu sistem informasi yang bisa digunakan untuk membantu manajemen di dalam mengelola perusahaan.

Berbagai keuntungan dari penggunaan sistem informasi untuk membantu manajemen di dalam mengelola perusahaan adalah seperti :

1. Sales Analysis

Analisa terhadap penjualan merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di dalam penjualan. Dari analisa penjualan tersebut akan dapat diketahui pertumbuhan penjualan (sales trends), keuntungan per produk, performa tiap cabang atau tiap regional, serta performa dari staf penjualan.

2. Customer Analysis

Analisa terhadap customer dilakukan untuk mengetahui kebiasaan dari customer tersebut serta profitabilitas dan kontribusi margin dari tiap customer.

2.2.1 Sistem Aplikasi

Ada dua jenis system aplikasi, yaitu :

1. System Aplikasi Paket (*Packaged Application Software*)

Program system aplikasi ditawarkan sudah dalam bentuk standard tertentu. Biasanya system aplikasi paket ini dipakai untuk aktivitas yang sama, seperti system aplikasi untuk pajak, system aplikasi untuk gaji, system aplikasi untuk penyusutan aktiva tetap.

Kelebihan dari system aplikasi yang sudah dalam bentuk paket ini adalah system tersebut telah tersedia dan bisa langsung diimplementasikan. Di samping itu biaya system aplikasi paket biasanya adalah lebih murah dibandingkan dengan system aplikasi yang dikembangkan, hal tersebut dikarenakan system aplikasi yang telah dibuat dalam bentuk standard tersebut dapat dipasarkan ke banyak perusahaan.

2. System Aplikasi yang dikembangkan (*Custom Application Software*)

System aplikasi biasanya dikembangkan sendiri untuk memenuhi permintaan khusus dari suatu perusahaan untuk menunjang aktivitas kegiatan yang spesifik. Kelebihan dari system aplikasi yang dikembangkan ini adalah dapat memenuhi apa yang diperlukan atau diinginkan oleh user atau manajemen, misalnya : bentuk laporan dalam bentuk format tertentu. “Programmers writing computer applications must recognize that the real power of computing is its ability to be accessible to a wide range of employees in the business” (McLeod and Schell, 2001, p.167). System aplikasi yang dikembangkan haruslah sederhana dan mudah untuk digunakan.

2.2.2 Siklus Sistem Informasi

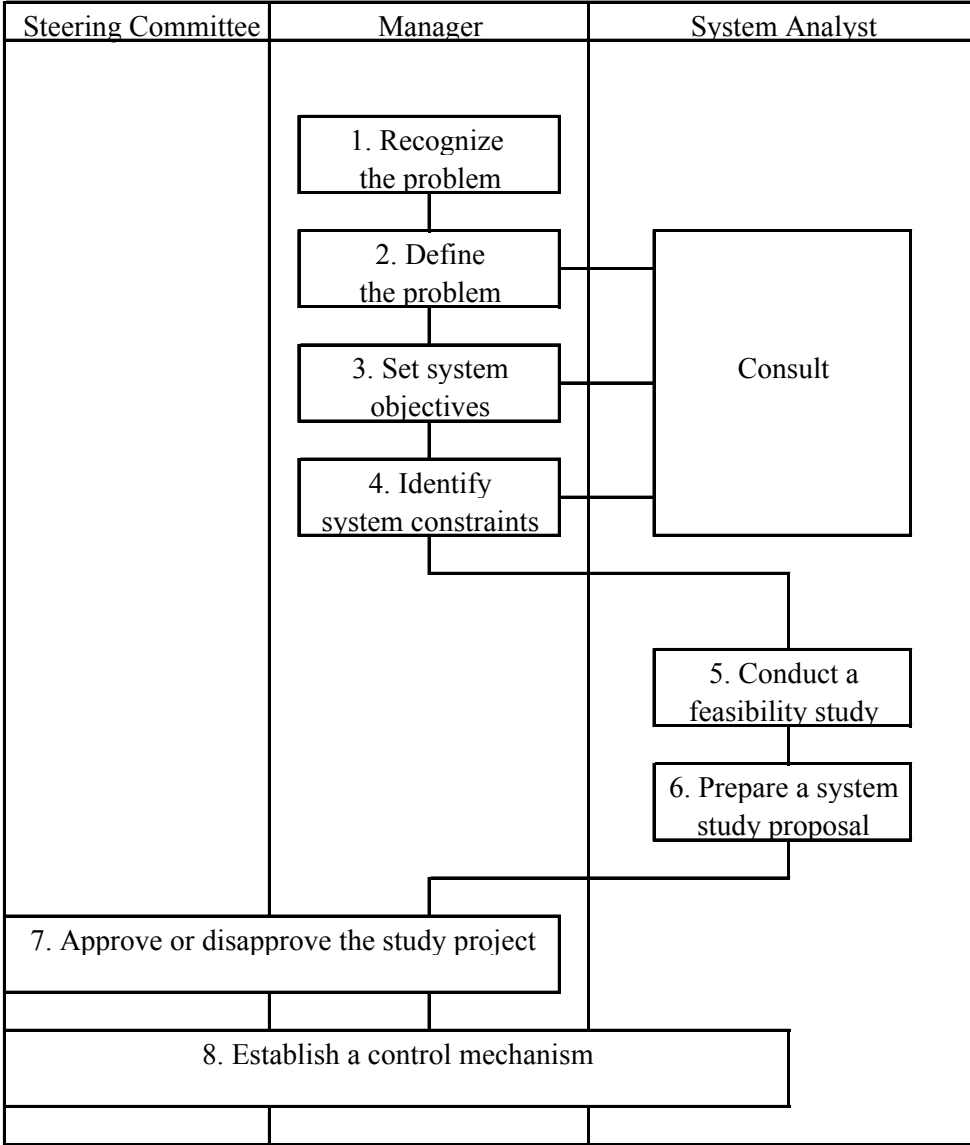
Siklus System Informasi dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu empat fase yang tergabung menjadi satu dan disebut sebagai *system development life cycle* (SDLC) dan fase penggunaan. “The first four phases are planning, analysis, design, and implementation. These phases are jointly called the system development life cycle (SDLC). The fifth phase is the use phase.” (McLeod and Schell, 2001, p. 123).

a. System Development Life Cycle

Berikut empat fase di dalam *system Development Life Cycle* (McLeod and Schell, 2001) :

1. Planning

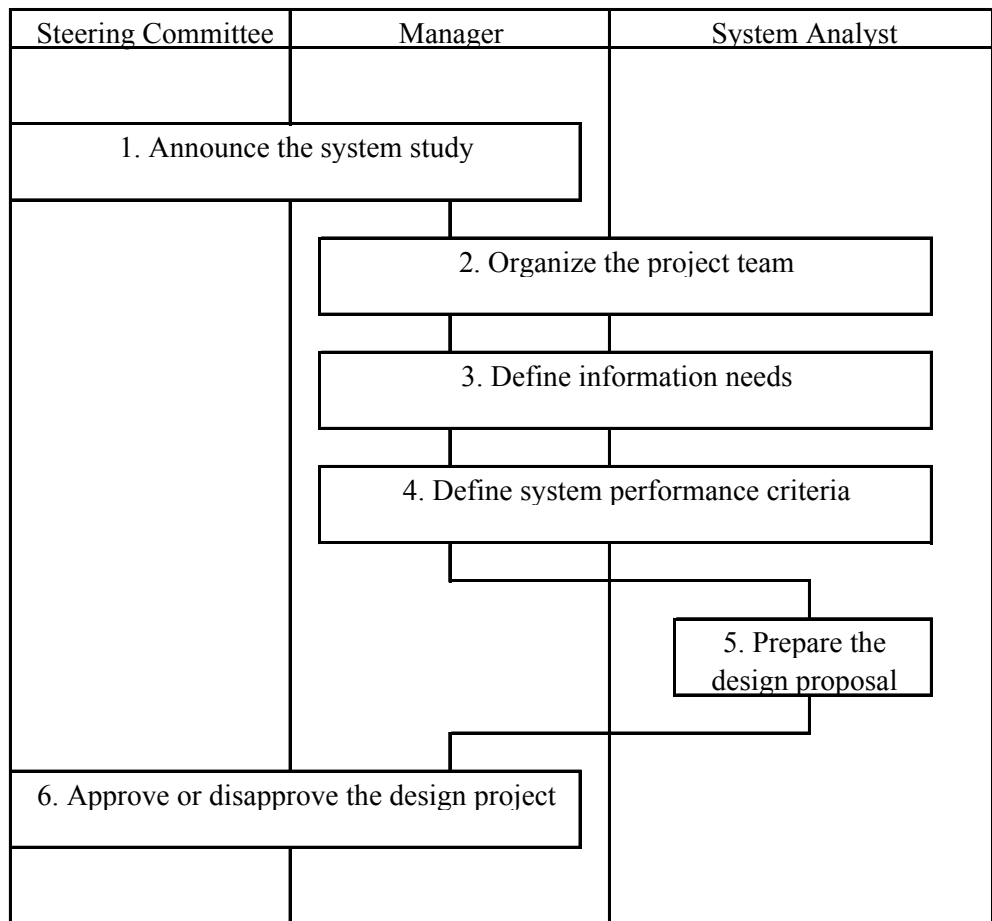
- o Mengetahui dengan jelas mengenai masalah yang ada
- o Mengenal dengan baik masalah yang ada untuk dicarikan solusinya
- o Menentukan tujuan yang diharapkan dari sistem
- o Menentukan batasan-batasan dari sistem
- o Melakukan studi kelayakan
- o Mempersiapkan proposal sistem
- o Mendapatkan persetujuan untuk menjalankan proyek
- o Menetapkan mekanisme kontrol untuk memonitor jalannya proyek



Gambar 2.1. Planning Phase
 Sumber : McLeod and Shell, 2001

2. Analysis

- o Mengumumkan adanya proyek sistem yang akan dilakukan
- o Menentukan anggota proyek
- o Menentukan informasi-informasi yang dibutuhkan
- o Menentukan kriteria performa sistem yang diharapkan
- o Menyiapkan proposal disain
- o Mendapatkan persetujuan atas proposal disain

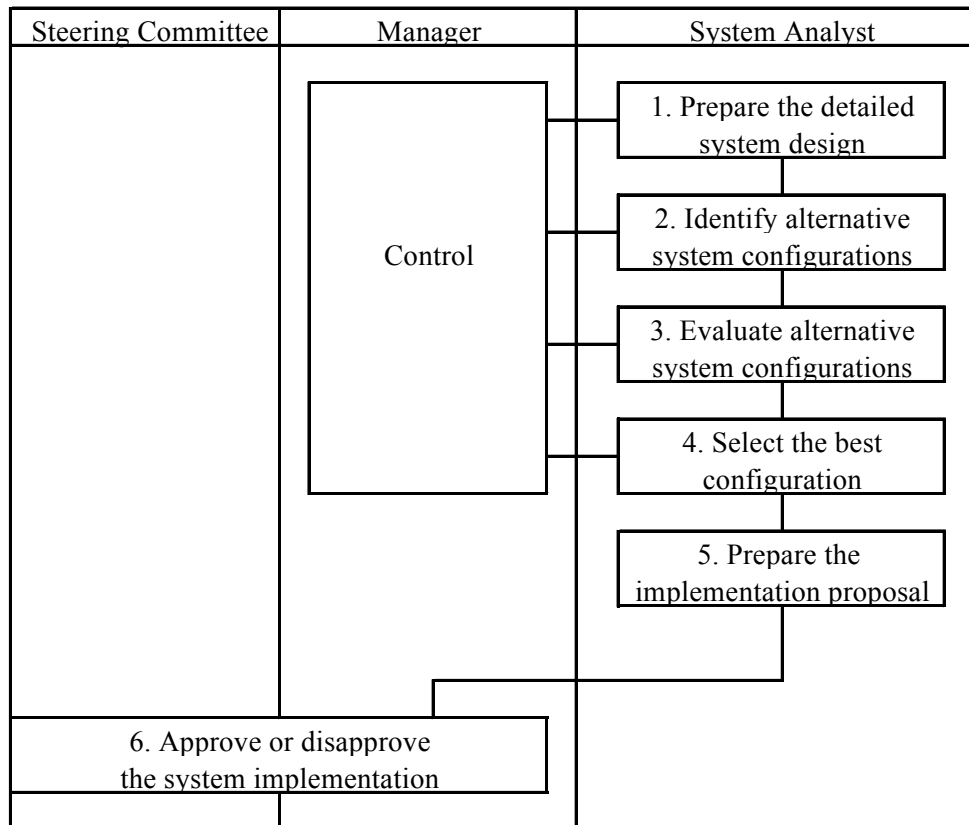


Gambar 2.2. Analysis Phase
 Sumber : McLeod and Schell, 2001

3. Design

- o Membuat disain sistem secara detail
- o Menentukan kemungkinan alternatif lain untuk konfigurasi sistem
- o Evaluasi terhadap alternatif konfigurasi sistem tersebut
- o Memilih konfigurasi sistem yang terbaik

- o Menyiapkan proposal implementasi
- o Mendapatkan persetujuan atas proposal implementasi

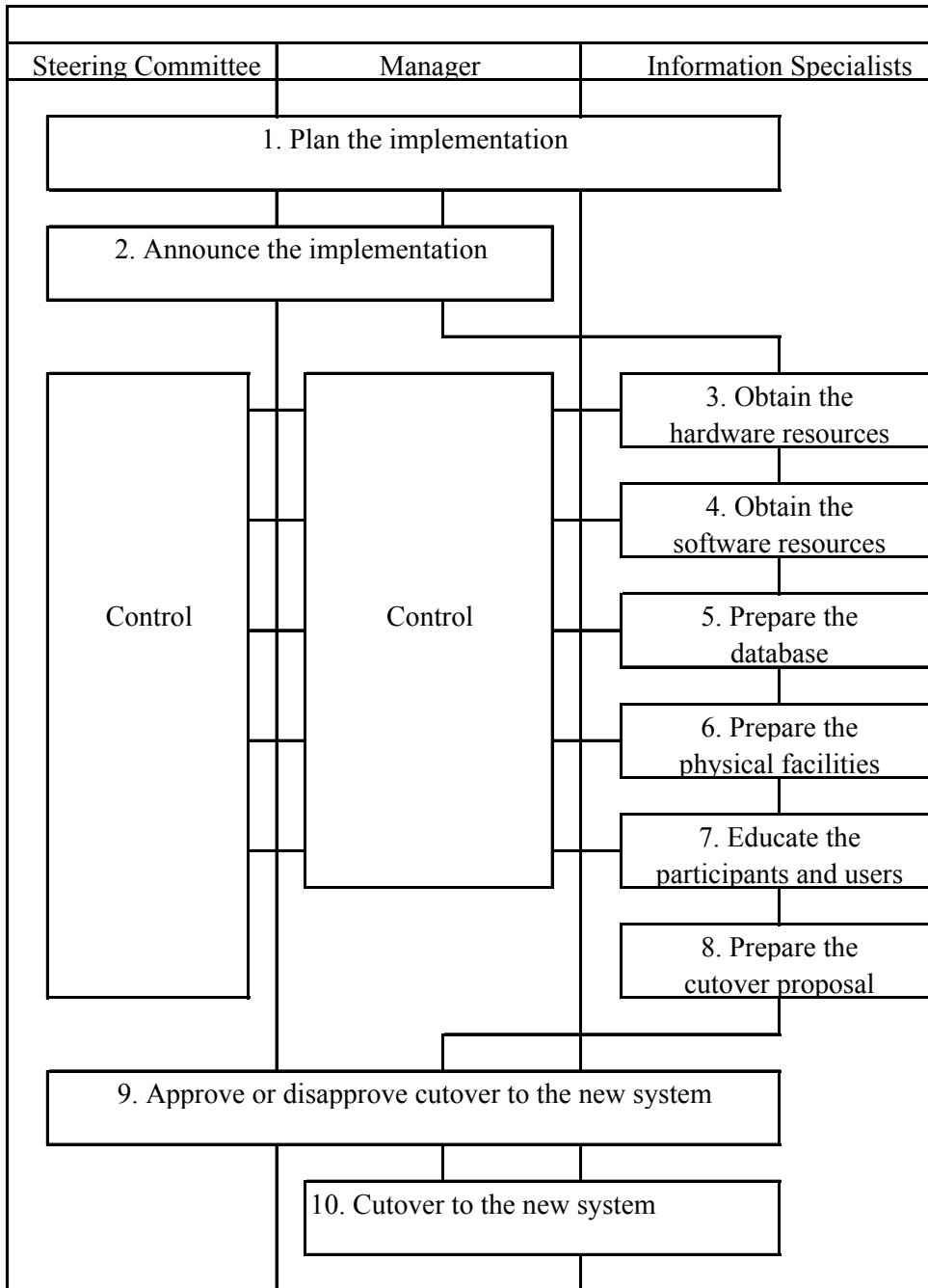


Gambar 2.3. Design Phase
Sumber : McLeod and Schell, 2001

4. Implementasi

- o Merencanakan implementasi yang akan dilakukan
- o Mengumumkan implementasi sistem
- o Menyediakan perangkat keras yang dibutuhkan sistem

- o Menyediakan perangkat lunak yang dibutuhkan sistem
- o Menyediakan database
- o Menyediakan fasilitas pendukung lain
- o Memberikan edukasi kepada pemakai sistem
- o Mempersiapkan proposal diadakannya cut off sistem lama untuk digantikan dengan sistem baru
- o Mendapatkan persetujuan untuk memulai penggunaan sistem baru
- o Pelaksanaan penggunaan sistem yang baru untuk menggantikan sistem yang lama

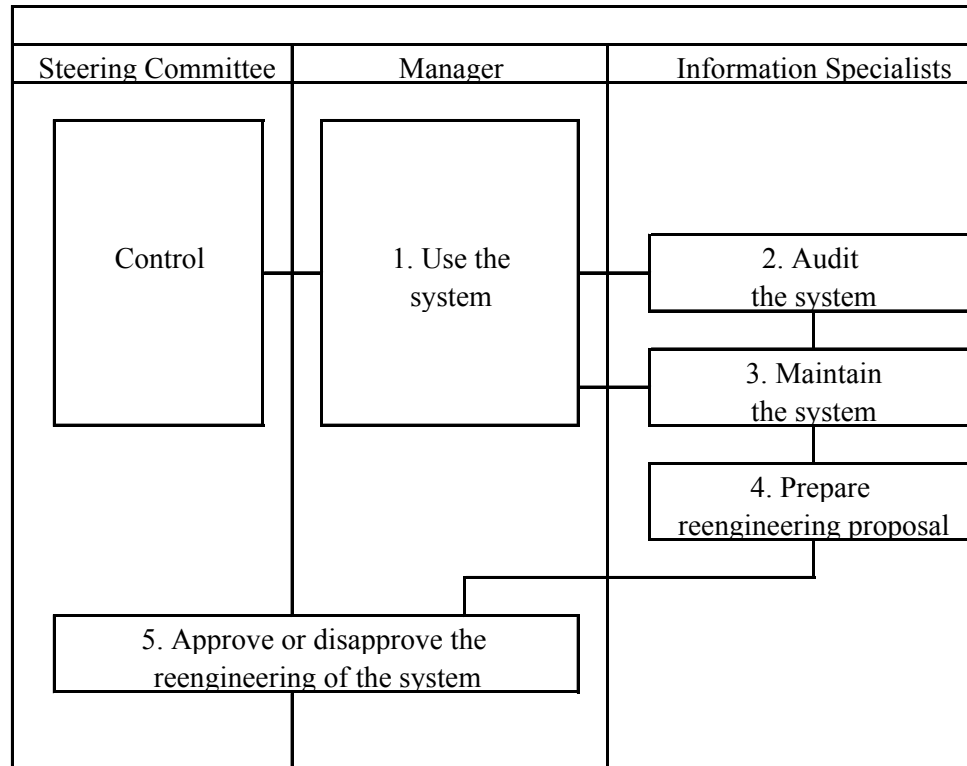


Gambar 2.4. Implementation Phase
 Sumber : McLeod and Schell,2001

b. Use Phase

Beberapa langkah di dalam fase penggunaan sistem (Use Phase) adalah sebagai berikut (McLeod and Schell, 2001) :

- o Penggunaan sistem
- o Audit terhadap sistem
- o Pemeliharaan sistem
- o Membuat proposal reengineering jika dirasakan sistem yang ada sudah kurang memadai
- o Mendapatkan persetujuan untuk mengadakan perombakan sistem



Gambar 2.5. Use Phase
Sumber : McLeod and Schell,2001

2.3 System Effectiveness

Effectiveness dari suatu system dapat diukur dengan menggunakan berbagai kriteria seperti (Remenyi, 1999) :

1. Apakah masalah yang dihadapi sebelumnya dapat teratasi setelah system yang baru diimplementasikan ?

2. Bagaimana hasil analisa terhadap perusahaan dan individu setelah system tersebut diimplementasikan ?
3. Bagaimana proses pada saat system tersebut diimplementasikan ?
4. Bagaimana respon dari semua individu yang terkait pada saat system tersebut diimplementasikan ?
5. Bagaimana dampak dari implementasi system tersebut terhadap perusahaan dan individu ?

2.4 Organizational Behaviour

Perubahan bukan merupakan sesuatu yang mudah dilakukan karena proses untuk berubah itu perlu pengorbanan dan terasa tidak enak. Akan tetapi di jaman sekarang ini yang penuh dengan kompetisi, untuk tetap mempertahankan eksistensi perusahaan dan meningkatkan *performance*, perusahaan perlu untuk tampil lebih maju daripada perusahaan yang lain. “There are two basic barriers that can prevent people from changing their attitude. One is called prior commitments, which occurs when people feel a commitment to a particular course of action and are unwilling to change. A second barrier is a result of insufficient information” (Luthans, 1995, p. 124).

Berbagai faktor dan masalah yang perlu dipertimbangkan sehubungan dengan penggantian sistem manual menjadi sistem yang menggunakan teknologi adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar benefit yang bisa didapat dengan penggantian system tersebut?
2. Seberapa besar komitmen dan dukungan yang diberikan oleh pihak manajemen terhadap penggantian system tersebut?
3. Apakah dengan penggantian system tersebut akan terjadi pengurangan karyawan?
4. Seberapa kuat kemampuan dari divisi IT di perusahaan untuk mendukung perubahan tersebut?
5. Bagaimana pengetahuan dan kemampuan individu di dalam perusahaan mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan teknologi ?
6. Apa saja yang perlu dilakukan agar penggantian system tersebut dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan?