

# **BAB 1**

# **PENDAHULUAN**

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Permasalahan

Dalam era globalisasi sekarang ini persaingan dalam dunia bisnis semakin ketat. Banyak perusahaan tidak mampu bertahan menghadapi persaingan. Persaingan harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persaingan dalam dunia bisnis. Tiap perusahaan berusaha menarik konsumen dengan cara menjual produk yang berkualitas sama dengan harga yang lebih murah dibandingkan perusahaan kompetitornya.

Banyak perusahaan tidak menyadari bahwa ada faktor lain juga yang mempengaruhi persaingan tersebut yaitu pemasaran. Pemasaran tidak maksimal karena adanya kesalahan segmentasi pasar. Tidak semua konsumen mempunyai kebutuhan dan keinginan yang sama akan suatu produk. Bahkan tiap konsumen di tempat yang berbeda mempunyai pola belanja yang berbeda-beda. Kadang perusahaan tidak dapat melihat celah yang ada pada pasar dan memadukannya dengan permintaan konsumen sehingga omset perusahaan tidak berkembang secara signifikan. Seringkali hal tersebut dikarenakan perusahaan kurang cermat mengelompokkan kebutuhan dan keinginan konsumen yang berbeda-beda sehingga pelayanan yang diberikan juga kurang memuaskan konsumen.

Demikian pula dengan PT."X", sebuah perusahaan yang bergerak di bidang kimia makanan yaitu sebuah perusahaan yang memproduksi *sodium cyclamate* atau yang lebih dikenal dengan istilah sari manis. Sari manis adalah

bahan pengganti gula yang dapat digunakan untuk industri sirup dan limun, makanan ringan, minuman bubuk, bahkan dapat digunakan dalam industri obat. Dengan berjalannya waktu, perusahaan merasakan bahwa omset mereka tidak berkembang secara signifikan. Hal ini dapat dilihat dengan menganalisis laporan omset dari tahun ke tahun. Dari hasil analisis omset perusahaan, dapat dilihat bahwa perkembangan omset terlalu kecil bila dibandingkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan perusahaan.

Perusahaan seharusnya menganalisis kembali strategi pemasaran yang telah diterapkan. Selama ini PT. "X" mempunyai bermacam-macam produk yang disesuaikan dengan tiap segmen yang ada di pasaran. Perusahaan juga sudah melakukan penetrasi pasar untuk meningkatkan pangsa pasar. Namun seringkali strategi tersebut tidak memberi hasil yang optimal. Dari penelitian awal diduga adanya kesalahan segmentasi pasar karena produk yang seharusnya dipasarkan untuk konsumen A, malah dipasarkan untuk konsumen B sehingga penetrasi yang terjadi tidak maksimal.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang permasalahan di atas maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

- Apakah rancangan penyempurnaan sistem informasi pemasaran pada PT. "X" dapat membantu perusahaan untuk mencapai segmentasi pasar yang benar dan membantu perusahaan dalam pengambilan keputusan sehingga penetrasi pasar berhasil dan omset dapat berkembang secara signifikan ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis penerapan sistem informasi pemasaran pada PT. "X" yang dapat mendukung manajemen perusahaan dalam pengambilan keputusan sehingga dapat meningkatkan omset secara signifikan.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Manfaat Bagi Peneliti**

Manfaat penelitian ini yaitu agar peneliti dapat mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama ini khususnya dalam menerapkan sistem informasi pemasaran dengan menggunakan sistem cerdas sehingga dapat mendukung proses pengambilan keputusan.

#### **1.4.2. Manfaat Bagi Perusahaan**

Manfaat penelitian ini bagi perusahaan yaitu informasi yang dihasilkan oleh *Marketing Information System* diharapkan dapat membantu menganalisis permasalahan sistem informasi pemasaran yang menyebabkan omset tidak dapat berkembang secara signifikan dan mendapatkan solusi sehingga perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang kompetitif dan dapat meningkatkan omset setiap tahunnya.

#### **1.4.3. Manfaat Bagi Peneliti Lain**

Bagi peneliti lain, manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pembelajaran dalam menganalisis sistem informasi perusahaan sehingga dapat mengembangkan sistem ini dengan lebih baik lagi di masa yang akan datang.