SISTEM INFORMASI PEMASARAN DAN PRODUKSI

BY
LILIS PUSPITAWATI, SE.,M.SI

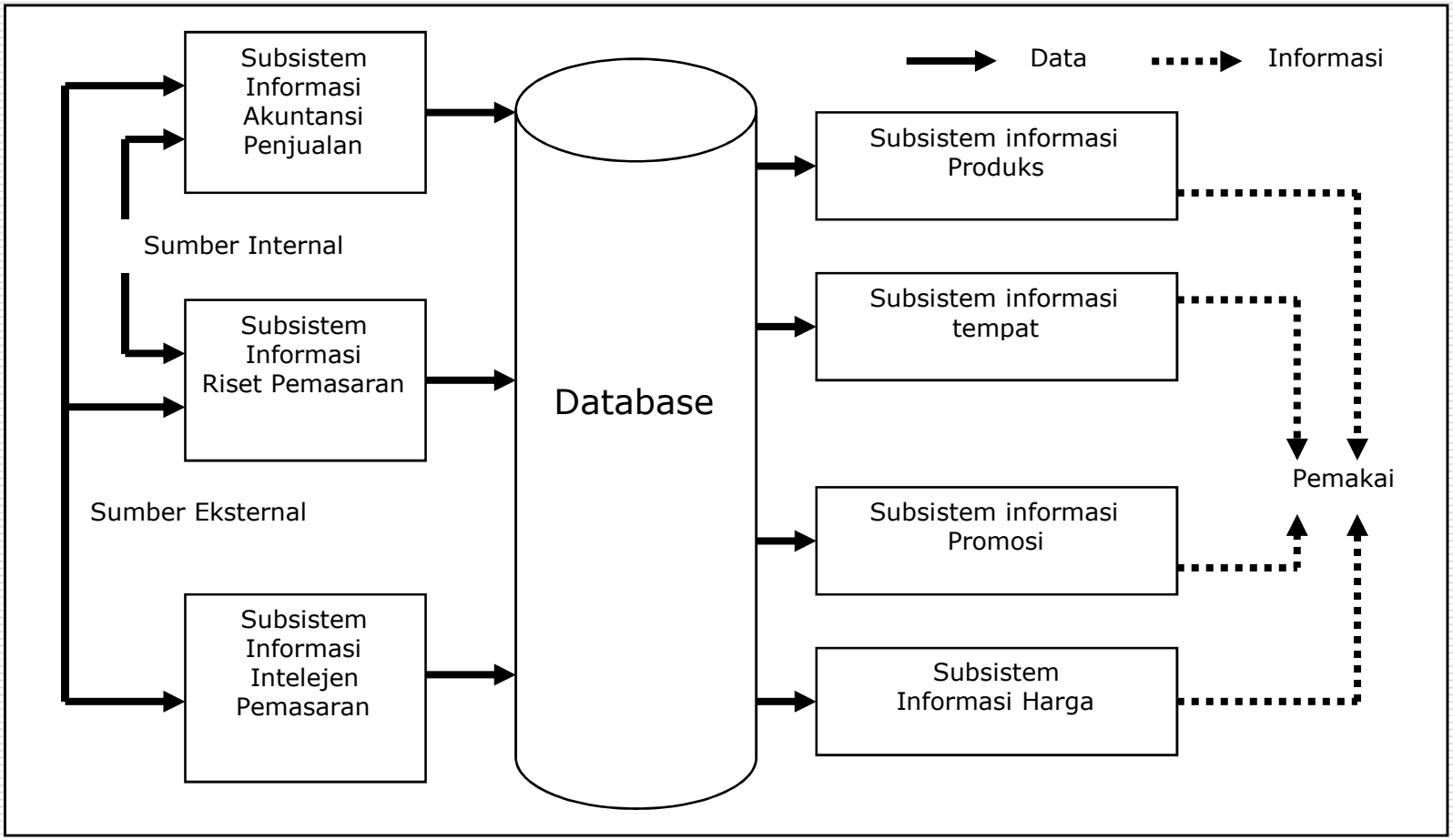
SISTEM INFORMASI PEMASARAN

- Sistem Informasi Pemasaran merupakan sub sistem informasi di dalam suatu organisasi yang dibuat untuk mengolah data yang berkaitan dengan masalah pemasaran produk yang melifuti fungsi analisis pemasaran, perencanaan pemasaran, pelaksanaan pemasaran, dan pengendalian pemasaran dengan tujuan untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli.
- Informasi yang diperlukan oleh manajer pemasaran dapat diperoleh melalui sistem informasi manajemen pemasaran yang pada dasarnya merupakan kumpulan dari bagian-bagian sistem yang saling berintegrasi dengan baik dalam aktivitas mengolah data yang berkaitan dengan masalah pemasaran menjadi informasi pemasaran yang diperlukan oleh manajemen pemasaran saat mengambil keputusan dalam rangka melaksanakan fungsinya

INFORMASI PEMASARAN

- Informasi pemasaran menurut Azhar Sutanto (2004) dapat berasal dari luar dan dari dalam organisasi. Ada tiga jenis informasi pemasaran yaitu:
- **Intelegent pemasaran**, merupakan informasi yang mengalir dari lingkungan ke perusahaan
- **Informasi pemasaran intern** , merupakan informasi yang berasal dari dalam perusahaan sendiri
- **Komunikasi pemasaran,** merupakan informasi yang mengalir dari perusahaan ke lingkungannya.

MODEL SISTEM INFORMASI PEMASARAN MNRT MC.LEOD



SISTEM INFORMASI AKT PENJUALAN

- Data-data yang dibutuhkan sistem informasi pemasaran sebagian besar di supor oleh sistem informasi akuntansi penjualan. Data-data tersebut sifatnya terperinci dan berkaitan dengan masalah uang, baik yang bersumber dan berkaitan dengan masalah uang, baik yang bersumber dari dari dalam maupun dari luar perusahaan. Data-data penjualan akan selalu menjadi dasar dalam membuat laporan periodic, khusus dan laporan dalam bentuk model matematik atau grafik tentang penjualan dan umur piutang (Informasi manajemen) yang diperlukan pleh manajemen pemasaran.
- Sistem informasi akuntansi juga memberikan data lainnya yang diperlukan oleh bgian pemasaran seperti data yang berkaitan dengan produk (persediaan) yang tersedia untuk di jua seperti jenis produk, nama produk harga jual produk, harga pokok produk , status produk

SUB SISTEM INFORMASI RISET PEMASARAN

Sub Sistem pemasaran memberikan fasilitas untuk merancang, mengumpulkan, menganalisis dan melaporkan data hasil riset di bidang pemasaran secara sistematis

Adapun tahap-tahap yang dilakukan dalam riset pemasaran adalah sbb:

- identifikasi masalah dan tujuan riset
- membuat rencana riset
- melaksanakan rencana riset
- interpretasi dan melaporkan temuan-temuan

SUB SISTEM INTELEJEN PEMASARAN

Intelenjen pemasaran merupakan aktifitas yang etis untuk mendapatkan informasi tentang bisnis. Sub sistem Intelejen Pemasaran tugasnya adalah mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan lingkungan perusahaan setiap hari, khususnya mengenai pesaing dan membantu para manajer mempersiapkan dan menyempurnakan rencana pemasaran.

Tugas dari pada intelejen pemasaran adalah:

- mengumpulkan data
- mengevaluasi data
- menganalisis data
- menyimpan data intelejen
- mendistribusikan data intelejen

SUB SISTEM OUTPUT PEMASARAN

- Seperti telah dsijelaskan sebelumnya bahwa model dasar system informasi pemasaran diatas menggunakan konsep bauran pemasaran *Marketing Mix)* yang dikemukakan oleh Kotler,dan model pemasaran ini juga digunakan sebagai cara untuk mengelompokan subsistem *output* berdasarkan produk, tempat dimana produk dijual, promosi seperti penjualan oleh salesman atau iklan dan harga dari produk. Subsistem-subsistem output tersebut ada yang menyajikan informasi secara terpisah ada yang disusun secara terpadu tergantung kepada keinginan manajemen yang membutuhkan informasi pemasaran.
- **Subsistem informasi produk** - subsistem pelaporan ini memberikan informasi apa saja tentang produk yang dijual oleh perusahaan misalya siklus produk (pengenalan, perkembangan, dewasa, penurunan), harga pokok beserta statusnya, penjualan produk, spesifikasi produk dan lain-lain tergantung kepada jenis perusahaan dan kebutuhan manajemen pemasaran

SUB SISTEM OUTPUT PEMASARAN

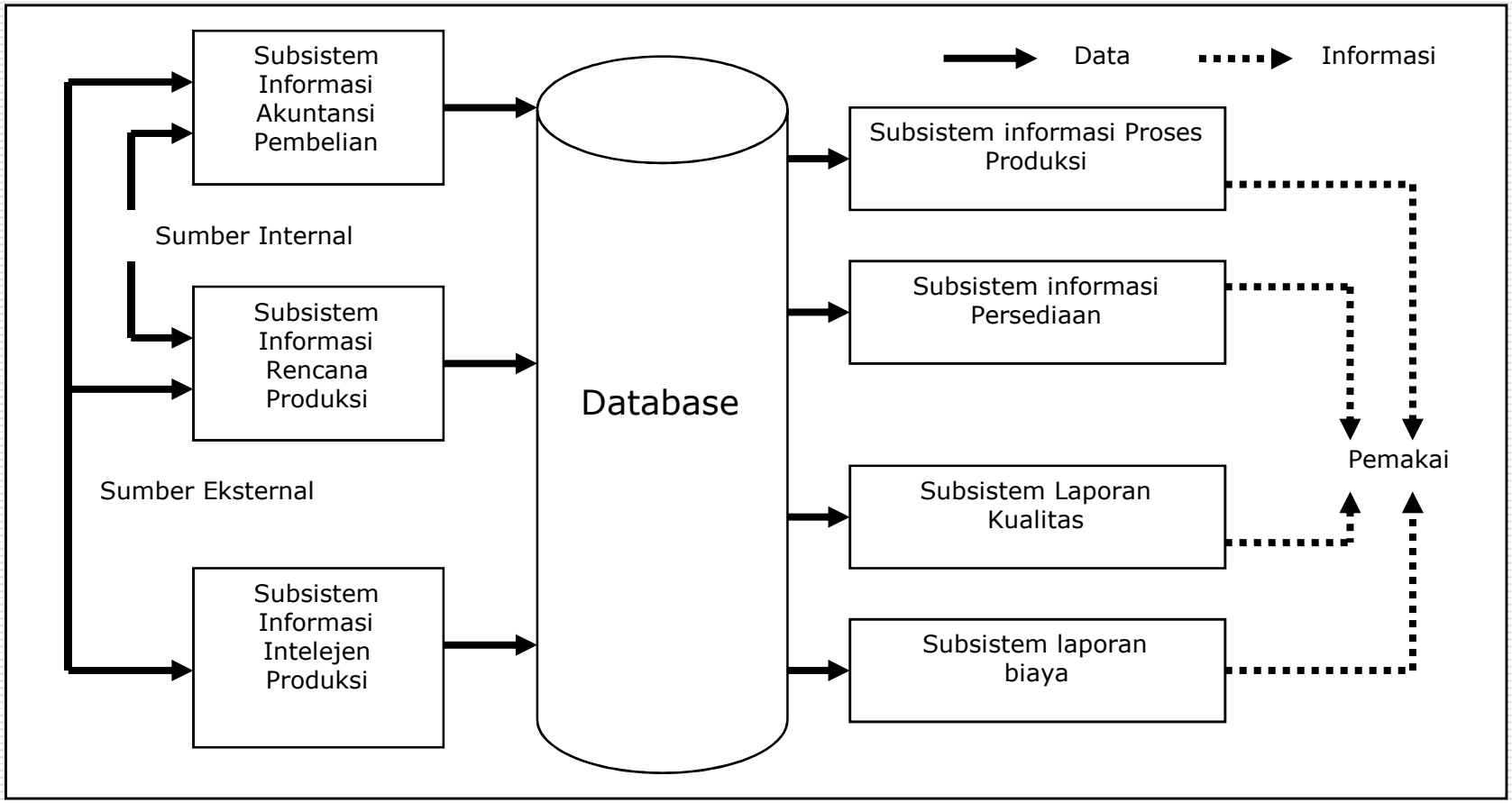
- **Subsistem informasi harga** – Subsistem pelaporan ini memberikan informasi tentang harga setiap produk yang dijual. Harga suatu produk dibuat berdasarkan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan produk tersebut atau berdasarkan permintaan. Harga jual produk dalam sistem informasi pemasaran ada yang disajikan dengan angka pasti, kisaran, sudah PPN, belum PPN dan bebas PPN.
- **Sub system informasi tempat** Sub system ini memberikan informasi tentang bagaiman produk-produk didistribusikan kepada konsumen. Pada sub system ini informasi yang dihasilkan biasanya dapat dicari berdasarkan kunci tertentu misalnya *kunci produk* akan menghasilkan informasi di mana saja produk tersebut dijual atau tersedia atau sebaliknya *kunci lokasi* akan menghasilkan informasi di lokasi tertentu produk apa saja yang dijual dan lain sebagainya tergantung kepada kebutuhan manajemen pemasaran.
- **Sub sistem informasi laporan promosi** sub sistem ini memberikan informasi tentang berbagai macam pengenalan produk kepada konsumen seperti melalui salesman atau media promosi lainnya.

SISTEM INFORMASI PRODUKSI

Para manajer bagian produksi menggunakan computer bias sebagai alat dari sistem yang sedang berjalan, misalnya untuk membantu merancang (CAD) dan membantu proses produksi (CAM).

Pada bagian ini computer juga digunakan sebagai alat dalam sistem informasi secara konseptual, misalnya untuk penjadwalan proses produksi, mengendalian persediaan, pengendalian kualitas produk, dan melaporkan biaya produksi. Komputer yang digunakan untuk kedua jenis kebutuhan ini secara terIntegrasi disebut sebagai manufaktur yang di integrasikan dengan computer (*computer integrated manufacturing*).

MODEL SISTEM INFORMASI PRO



SUB SISTEM INPUT PRODUKSI

- **Dalam sistem informasi produksi sebagian data diperoleh dari sistem informasi akuntansi yang menempatkan terminal komputer diseluruh pabrik dengan tugas mencatat setiap kegiatan karyawan bagian produksi dan mesin saat terjadi proses produksi.**
- **Data lainnya yang diterima oleh sistem informasi produksi adalah data yang berasal dari subsistem produksi (rekayasa industry). Subsistem ini memiliki beberapa ahli produksi yang mempelajari secara terus menerus proses produksi yang dilakukan oleh perusahaan agar lebih efisien. Para ahli produksi memiliki tugas merancang bagaimana sistem produksi secara fisik termasuk menentukan lokasi, alur produksi, urutan proses yang harus dilakukan, jadwal pelaksanaan proses dan persediaan.**
- **Subsistem lainnya yang member data kepada sistem informasi produksi adalah subsistem intelejen manufaktur. Subsistem ini memberikan data-data yang berhubungan dengan supplier dan serikat kerja.**

SUB SISTEM OUTPUT PRODUKSI

Ada empat subsistem output yang menjadi acuan dalam proses produksi, yaitu :

- **Subsistem informasi produksi** menunjukan bagaiman dan kapan tahap-tahap pekerjaan tertentu harus dilakukan.
- **Subsistem informasi persediaan** yang menghitung volume produksi yang dihasilkan baik untuk barang dalam proses maupun barang jadi.
- **Subsistem informasi kualitas** mengukur kualitas bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi sejak diterima dari supplier sampai dengan menjadi barang jadi.
- **Subsisten informasi biaya** menghitung berapa biaya yang dikeluarkan saat terjadi proses produksi.

END

TERIMA KASIH... SEE U ...NEXT WEEX