BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa dekade ini mengalami kemajuan yang sangatlah pesat dikarenakan semakin tingginya kebutuhan dari pengguna sistem. Pada kalangan organisasi ataupun perusahaan peranan teknologi infomasi sangatlah penting dan menjadi sebuah kebutuhan yang mendasar dalam pemanfaatan pada lingkungan kerja sebagai alat bantu khususnya dalam mengolah data menjadi sebuah informasi. Informasi dikatakan baik apabila memiliki karakteristik yaitu tepat, tepat / akurat dan relevan sehingga penerapan pengolahan data melalui sebuah sistem informasi dinilai cukup efisien dibandingkan dengan menggunakan sistem konvensional.

Selain membantu dalam pengolahan data menjadi sebuah informasi, sistem informasi pada perusahaan khususnya instansi farmasi dijadikan sebuah acuan untuk mengelola kinerja pada divisi yang terdapat pada perusahaan farmasi tersebut. Kinerja ini yang nantinya dapat dilihat sebagai penilaian apakah perusahaan mampu bersaing atau tidak.

PT. Sanbe Farma merupakan salah satu perusahaan farmasi yang mengikuti perkembangan teknologi tersebut. Dengan penerapan sistem informasi dalam masing-masing divisinya PT. Sanbe Farma mendorong majunya perkembangan perusahaan

sehingga dapat mengikuti persaingan dikalangan instansi farmasi lainnya. Salah satu divisi yang menjual obat bebas pada perusahaan PT. Sanbe Farma yaitu OTC (*Over The Counter*) memiliki pengelolaan penjualan seluruh wilayah Indonesia dan termonitoring secara terpusat. Divisi ini melaksanakan beberapa proses kegiatan yang menyangkut dengan sistem informasi monitoring diantaranya: penentuan target penjualan sales setiap bulannya, penerimaan dan pengelolaan order sales setiap bulannya, pelaksanaan promosi guna awareness masyarakat terhadap produk yang dijual. Dalam menjalankan proses kegiatannya divisi OTC PT. Sanbe Farma menggunakan teknik promosi *push marketing* yaitu menggunakan kekuatan sales untuk menciptakan *demand* sebuah produk. Strategi yang digunakan yaitu menawarkan komisi penjualan kepada *sales* dalam melakukan penjualan.

Penentuan target penjualan *sales* setiap bulannya pada divisi OTC PT. Sanbe Farma menjelaskan mengenai target penjualan bagi sales yang akan menjual produk OTC di seluruh wilayah Indonesia. Dalam usahanya mencapai target, *sales* diharapkan mencari order penjualan yang nantinya diterima dan diolah oleh pihak terkait. Untuk mendapatkan komisi setiap *sales* wajib menjadikan target penjualan sebagai acuan penjualan mereka, apabila *sales* berhasil melampaui target penjualan maka *sales* tersebut berhak mendapatkan komisi yang telah ditentukan.

Permasalahan yang diangkat pada sistem yang berjalan di divisi OTC PT. Sanbe Farma saat ini yaitu mengenai penentuan target penjualan yang masih bersifat konvensional dimana NSM menginput target cabang satu per-satu pada Microsoft Excel lalu didistribusikan kepada cabang. Proses ini menyebabkan kurang efisien dan

kurang fleksibelnya penyampaian data target kepada masing-masing *sales* dan kemungkinan kesalahan penginputan masih sangat tinggi yang dapat menyebabkan *sales* menerima target penjualan yang tidak sesuai.

Permasalahan lainnya yang akan diangkat yaitu mengenai pesanan obat yang masih bersifat manual dan *update* stok obat dari pabrik masih bersifat manual yaitu dengan cara menelpon sehingga masih sering terjadi *human error*.

Dalam proses pembuatan laporan yang berkaitan dengan proses penjualan dan proses pesanan obat diatas masih berjalan dengan lambat karena menggunakan aplikasi bawaan Microsoft yaitu Microsoft Excel sehingga kurang efisien dalam penyajian informasinya dan belum adanya aplikasi seperti website yang mampu menyediakan informasi yang cepat, fleksibel dan dapat diakses dimana saja oleh pihak terkait di OTC PT. Sanbe Farma.

Berdasarkan sistem yang berjalan saat ini pada divisi OTC dapat disimpulkan bahwa sistem sekarang belum termasuk sistem dengan kategori yang baik dalam menyediakan informasi yang cepat, tepat dan relevan sehingga perlu adanya perubahan sistem yang dapat membantu permasalahan tersebut sehingga menjadi sebuah sistem yang efektif dalam pengolahan dan penyajian informasinya dan dapat menunjang pemimpin perusahaan dalam mengambil keputusan.

Dengan melihat permasalahan yang timbul pada sistem yang berjalan ini maka penulis ingin membangun sebuah website yang dapat membantu divisi OTC PT. Sanbe Farma dalam proses pengolahan target penjualan dan order penjualan

menjadi lebih efektif serta meminimalkan kesalahan-kesalahan yang sering terjadi sehingga informasi yang disajikan lebih cepat, tepat dan relevan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengambil judul penelitian: **"SISTEM INFORMASI MONITORING PUSH MARKETING PADA DIVISI OTC PT. SANBE FARMA".**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Identifikasi dan rumusan masalah merupakan tahapan permulaan dari penguasaan masalah untuk mencapai tujuan dari pemecahan masalah.

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Proses penentuan target penjualan masih bersifat konvensional dimana NSM menginput target cabang satu per-satu kedalam aplikasi Microsoft Excel lalu didistribusikan kepada cabang oleh MDP berupa hasil print maupun scan melalui email masing-masing cabang. Proses ini menyebabkan kurang efisien dan kurang fleksibelnya penyampaian data target kepada masing-masing *sales* dan kemungkinan kesalahan penginputan masih sangat tinggi yang dapat menyebabkan *sales* menerima target penjualan yang tidak sesuai.

2. *Update* stok obat dari pabrik masih bersifat manual yaitu dengan cara menelpon sehingga kurang efektif dan masih sering terjadi *human error*.
3. Pesanan obat masih bersifat manual dengan cara menginput data-data order pada form yang telah disediakan lalu diprint.
4. Proses pembuatan laporan masih berjalan dengan lambat karena menggunakan aplikasi bawaan Microsoft yaitu Microsoft Excel sehingga kurang efisien dalam penyajian informasinya.
5. Belum adanya aplikasi seperti website yang mampu menyediakan informasi yang cepat, fleksibel dan dapat diakses dimana saja oleh pihak terkait khususnya informasi mengenai monitoring *push* marketing di OTC PT. Sanbe Farma.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem yang berjalan saat ini pada divisi OTC PT. Sanbe Farma?
2. Bagaimana perancangan sistem informasi monitoring push marketing sebagai penyelesaian masalah yang diusulkan pada divisi OTC PT. Sanbe Farma?

3. Bagaimana pengujian sistem informasi monitoring *push* marketing yang telah diimplementasikan pada divisi OTC PT. Sanbe Farma?
4. Bagaimana mengimplementasikan metode pendekatan terstruktur dan pengembangan sistem *prototype* dalam perancangan sistem informasi monitoring *push* marketing yang diusulkan pada divisi OTC PT. Sanbe Farma?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian sistem informasi monitoring push marketing pada divisi OTC PT. Sanbe Farma adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memberikan pemecahan permasalahan yang terbaik pada sistem informasi monitoring *push* marketing pada divisi OTC PT. Sanbe Farma dimana di dalamnya terdapat proses pencapaian target penjualan dan proses pesanan obat sehingga sistem yang diusulkan dapat membantu proses bisnis tersebut menjadi lebih cepat dan saling berintegrasi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem yang berjalan saat ini pada divisi OTC PT. Sanbe Farma.

2. Untuk merancang sistem informasi monitoring push marketing sebagai penyelesaian masalah yang diusulkan pada divisi OTC PT. Sanbe Farma.
3. Untuk menguji sistem informasi monitoring *push* marketing yang telah diimplementasikan pada divisi OTC PT. Sanbe Farma.
4. Untuk mengimplementasikan metode pendekatan terstruktur dan pengembangan sistem *prototype* dalam perancangan sistem informasi monitoring *push* marketing yang diusulkan pada divisi OTC PT. Sanbe Farma.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian bagi pengguna sistem khususnya bagi divisi OTC dan bagi PT. Sanbe Farma yaitu:

1. Bagi PT. Sanbe Farma

   Dengan adanya sistem informasi monitoring *push* marketing ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sebagai bahan perbaikan sistem yang sedang berjalan saat ini.

2. Bagi Divisi OTC

   Dengan adanya sistem informasi monitoring *push* marketing diharapkan dapat dijadikan penyelesaian dari masalah yang sering terjadi pada divisi ini sehingga setiap proses bisnis yang ada dapat berjalan lebih efektif sehingga tujuan dari proses bisnis tercapai.

3. Bagi Pengembangan Ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang Teknologi Informatika dan Sistem Informatika terutama penerapannya pada pembuatan aplikasi yang mengarah pada penjualan atau marketing.

4. Bagi Peneliti Lain

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi baik dalam penulisan laporan penelitian maupun perancangan sistem yang dibuat.

5. Bagi Penulis

   Hasil dari penelitian ini digunakan oleh penulis sebagai sarana untuk meningkatkan wawasan baik praktik maupun teori dalam penerapannya dalam instansi.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan pemisah antara sistem dengan lingkungan luar sistem. Batasan masalah digunakan untuk menentukan konfigurasi, ruang lingkup dan kemampuan sistem. Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah disampaikan diatas, maka dapat dijabarkan batasan masalah sistem yaitu:

1. Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini hanya meliputi modul pencapaian target dan modul pesanan obat pada divisi OTC PT. Sanbe Farma.
2. Sistem hanya menyediakan data area wilayah cabang berdasarkan kota-kota besar di Indonesia pada divisi OTC PT. Sanbe Farma.

3. Penentuan komisi awal berdasarkan rupiah dan diinput secara manual per bulan berdasarkan hasil rapat bulanan NSM dengan distributor.
4. Perhitungan *achievement* pada pencapaian target ditentukan menggunakan perhitungan (*sale value / target value*) x 100%.
5. Perhitungan *incentive* pada komisi yang didapatkan *sales* ditentukan menggunakan perhitungan (*ach* x komisi) / 100.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian di divisi OTC PT. Sanbe Farma yang beralamat di Jl. Tamansari No 10 Bandung 40116 Tlp. 022 – 4207725. Adapun waktu penelitian ini dilakukan selama 5 bulan dimulai pada bulan Februari 2016 – Juni 2016 dengan tahapan sebagai berikut:

Tabel 1.1

Estimasi Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2016																			
		Februari				Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Mengidentifikasi kebutuhan 1.1 Wawancara 1.2 Observasi 1.3 Studi Dokumenter																				

2	Membangun prototype 2.1 Analisis 2.2 Perancangan Input dan Output 2.3 Desain Database dan Interface 2.4 Pengkodean																			
3	Menguji prototype 5.1 Black Box																			
4	Implementasi 4.1 Implementasi 4.2 Evaluasi																			

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan dibahas dalam penelitian ini terdiri dari 5 (lima) bab meliputi:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang deskripsi umum meliputi latar belakang masalah, identifikasi dan rumusan masalah, maksud dan tujuan penelitian, kegunaan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan sebagai landasan dalam penyusunan laporan penelitian.

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan yang menjadi objek penelitian, penggunaan metode pada penelitian serta analisis sistem yang berjalan pada objek penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum sistem yang diusulkan meliputi perancangan sistem yang diusulkan, perancangan antar muka, perancangan arsitektur jaringan, pengujian dan implementasi sistem.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi mengenai simpulan dan saran yang diusulkan berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.