

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

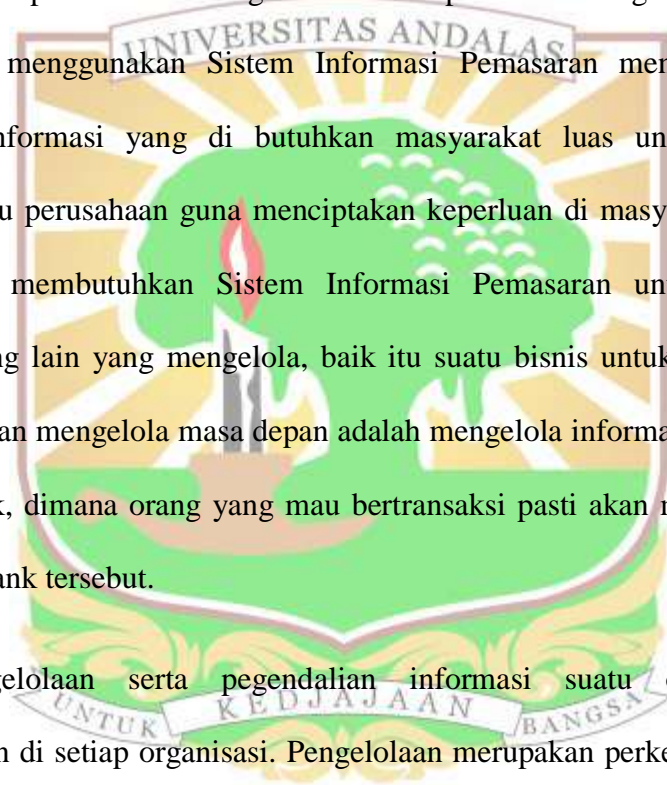
Di dalam dunia usaha dan kerja, informasi merupakan bagian yang penting dan berharga. Informasi yang akurat dan tepat akan membantu manajemen dalam mengambil keputusan dan menentukan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan organisasi atau perusahaan serta usahanya. Informasi juga mendukung kegiatan operasional dan manajerial organisasi. Dan untuk semua itu dibutuhkan suatu pengelolaan dan pengendalian sistem yang menginformasikan dalam bentuk memasarkan yang handal, akurat, dan dapat dilaksanakan secara tepat dan mudah apabila setiap kali dibutuhkan.

Informasi menjadi suatu yang sangat dibutuhkan bagi semua pihak, sebagai contohnya bagi pihak perusahaan atau manajemen, informasi sudah menjadi kebutuhan yang sangat pokok. Suatu perusahaan pasti memiliki sistem informasi yang berfungsi sebagai penghasil informasi, seperti Sistem Informasi Pemasaran. Dfinisi Sistem Informasi Pemasaran menurut William dan Lamarto (1996:54), "Sistem Informasi Pemasaran adalah suatu struktur yaitu yang terdiri prosedur, perlengkapan, dan manusia yang saling berkaitan, berkesinambungan (*continuing*) dan berorientasi ke masa depan. Sistem Informasi Pemasaran

menurut Kotler dan Keller (2009) adalah, "Sistem Informasi Pemasaran (SIP) terdiri dari orang, peralatan, dan prosedur untuk mengumpulkan, menyortir, menganalisis, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan, tepat waktu, dan akurat kepada para pembuat keputusan pemasaran."

Sekarang ini informasi berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi komputer. Perkembangan tersebut dapat dilihat dengan semakin banyak perusahaan menggunakan Sistem Informasi Pemasaran menggunakan media elektronik. Informasi yang di butuhkan masyarakat luas untuk berhubungan dengan suatu perusahaan guna menciptakan keperluan di masyarakat itu sendiri. Perusahaan membutuhkan Sistem Informasi Pemasaran untuk berhubungan dengan orang lain yang mengelola, baik itu suatu bisnis untuk mengelola masa depannya, dan mengelola masa depan adalah mengelola informasi. Seperti contoh sebuah bank, dimana orang yang mau bertransaksi pasti akan mencari informasi mengenai bank tersebut.

Pengelolaan serta pengendalian informasi suatu organisasi harus dilaksanakan di setiap organisasi. Pengelolaan merupakan perkerjaan manajemen untuk meyakinkan bahwa apa yang sudah diterapkan telah berjalan dengan semestinya. Tujuan dari sistem informasi tidak akan diketahui orang jika sistem ini terganggu, sehingga sistem informasi harus mempunyai pertahanan terhadap gangguan-gangguan tersebut dan pertahanan itu harus dilakukan terus menerus. Gangguan-gangguan terhadap sistem informasi dapat dilakukan secara tidak



sengaja atau secara sengaja. Gangguan-gangguan terhadap sistem informasi yang dilakukan secara tidak di sengaja berupa kesalahan-kesalahan teknis, kesalahan-kesalahan manusia dan sebagainya. Sedangkan gangguan yang disengaja dilakukan oleh orang yang bertujuan tertentu untuk mencuri data, merusak data dan sebagainya.

BNI Syariah Bukittinggi merupakan anak perusahaan dari PT. BNI. BNI Syariah Bukittinggi berbasis teknologi informatika yang memungkinkan BNI Syariah melakukan pengelolaan bisnisnya di seluruh cabang layaknya standar perbankan saat ini. Oleh karena itu, untuk dapat menerapkan Pengelolaan dan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran yang efektif guna untuk mengurangi gangguan-gangguan yang ada, Sistem Informasi Pemasaran yang diterapkan berupa *canvassin* (menemui langsung), *upsoling* (tawaran produk lain), *crosseling* (perpaduan pemasaran dana dan pembiayaan), *griya* (penggunaan event-event), *open table* (pertemuan dengan instansi-instansi), spanduk dan pertemuan dengan instansi-instansi. Sistem Informasi Pemasaran di BNI Syariah Bukittinggi telah dibuat dan diatur oleh pusat, sehingga kantor cabang hanya menerapkannya Sistem Informasi Pemasaran pada penerapan-penerapan tersebut. Sistem Informasi Pemasaran di BNI Syariah harus mempunyai pertahanan terhadap gangguan-gangguan tersebut dan pertahanan itu harus dilakukan terus menerus. Apabila tidak terlaksana dengan baik maka informasi pemasaran BNI Syariah yang diperoleh banyak yang tidak tepat, serta informasi pemasaran

seringkali datangnya terlambat sehingga tidak dapat dimanfaatkan. Dari gangguan tersebut maka BNI Syariah akan mengalami kerugian. Sehingga muncul bagaimana untuk mengelola dan pengendalian Sistem Informasi Pemasaran yang tepat bagi BNI Syariah Bukittinggi.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk mencoba penerapan Pengelolaan dan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran agar mengurangi dampak gangguan-gangguan yang ada. Diharapkan dengan sistem tersebut dapat meminimalisir gangguan-gangguan sistem informasi. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Penerapan Pengelolaan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran pada PT. BNI Syariah cabang Bukittinggi”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya :

1. Bagaimana Sistem Informasi Pemasaran yang diterapkan pada PT. BNI Syariah cabang Bukittinggi?
2. Kegiatan apa sajakah di PT. BNI Syariah yang didukung oleh Sistem Informasi Pemasaran ?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah dapat menentukan tujuan penelitian yang dilakukan :

1. Mengetahui Sistem Informasi Pemasaran yang diterapkan pada PT. BNI Syariah cabang Bukittinggi.
2. Mengetahui kegiatan-kegiatan di PT. BNI Syariah yang didukung oleh Sistem Informasi Pemasaran.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi
 - a. Dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu Pengelolaan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran bagi perusahaan.
 - b. Untuk menentukan Pengelolaan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran yang tepat.
 - c. Dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi dalam penulisan yang sejenis.
2. Bagi Praktisi
 - a. Sebagai masukan informasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kemampuan untuk menanggulangi masalah Pengelolaan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran.
 - b. Dapat digunakan pengembangan perusahaan.



3. Bagi penelitian selanjutnya

Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai prosedur pelayanan jasa terhadap layanan konsumen.

1.5 Lokasi dan Waktu Magang

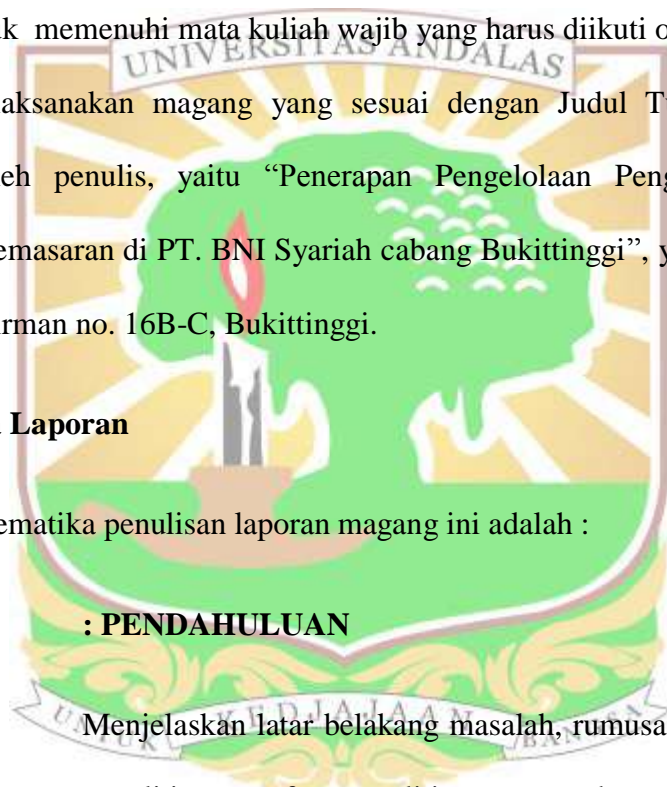
Untuk memenuhi mata kuliah wajib yang harus diikuti oleh penulis, maka penulis melaksanakan magang yang sesuai dengan Judul Tugas Akhir yang diajukan oleh penulis, yaitu “Penerapan Pengelolaan Pengendalian Sistem Informasi Pemasaran di PT. BNI Syariah cabang Bukittinggi”, yang terletak di Jl. Jendral Sudirman no. 16B-C, Bukittinggi.

1.6 Sistematika Laporan

Adapun sistematika penulisan laporan magang ini adalah :

BAB I : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu magang dan sistematika laporan.



BAB II : LANDASAN TEORI

Menjelaskan tentang uraian-uraian teori yang menunjang dan berhubungan dengan masalah didalam pembahasan Tugas Akhir.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Berisi sejarah, visi-misi, struktur organisasi, dan budaya organisasi pada PT. Bank BNI Syariah cabang Bukittinggi.

BAB IV : PEMBAHASAN

Berisi proses mendapatkan data, penerapan pengelolaan dan pengendalian Sistem Informasi Pemasaran pada PT. Bank BNI Syariah cabang Bukittinggi.

BAB V : PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran-saran berdasarkan hasil-hasil pembahasan dari pelaksanaan magang yang dilakukan penulis..

LAMPIRAN

