

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi, kemajuan teknologi informasi yang semakin berkembang. Dengan adanya teknologi informasi dapat memberikan berbagai sarana bagi manajemen dalam mengelola bisnis yang ada. Teknologi informasi memudahkan perusahaan dalam memberikan layanan dan menjalankan tugas dan fungsi. Melihat kondisi saat ini membuat teknologi informasi menjadi kebutuhan dasar dalam pemberian pelayanan kepada masyarakat agar dapat menciptakan kualitas layanan yang efektif dan efisien.

Kemajuan dibidang teknologi dapat memberikan dampak yang luas, Misalnya dalam berbagai macam aplikasi yang digunakan setiap perusahaan. Salah satu dari kemajuan teknologi juga sudah merambah ke dalam dunia bisnis auatub perusahaan, instansi maupun organisasi. Saat ini banyak bermunculan berbagai program aplikasi yang menyediakan fitur dalam penyaluran pinjaman ke masyarakt. Hal ini juga dirasakan dalam dunia bisnis lembaga keuangan yang sangat berperan penting dalam meningkatkan kualitas dan pelayananya agar terus mengikuti perkembangan zaman yang semakin pesat.

Sistem informasi pemasaran adalah gabungan dari bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lain secara sistematis yang bertujuan untuk mengolah data yang berhubungan dengan adanya masalah pemasaran yang menjadi sistem informasi pemasaran yang bermanfaat bagi manajemen perusahaan untuk mengambil keputusan yang tepat. Pentingnya sistem informasi pemasaran dalam suatu perusahaan, tentu memerlukan adanya peningkatan kualitas sumberdaya manusia yang ahli dan memiliki pengalaman cukup dalam bidang *information technology* yang didukung dengan perangkat yang canggih dan modern, yang bertujuan meningkatkan kualitas informasi yang didapatkan. Informasi yang didapatkan sangat berguna bagi pihak-pihak yang membutuhkan dalam menjalankan manajemen perusahaan dan pengambilan keputusan yang tepat.

Sistem informasi pemasaran diamati sebagai sistem yang memiliki jaringan yang luas dan memiliki sifat fleksibilitas sebab aktifitas dari perusahaan mempunyai hubungan antara satu sama lain dan patut menyesuaikan dengan lingkungan perusahaan.

Suatu rangkaian sistem informasi pemasaran yang baik bukan hanya dilihat dari sistem laporan penjualan, tetapi sistem ini harusnya dapat membantu pemimpin perusahaan dalam mengambil informasi guna menyelesaikan permasalahan pemasaran yang dihadapi oleh mereka. Sistem harus dibangun dengan akurat yang bertujuan terhadap perusahaan guna dapat memenuhi kebutuhan pemimpin perusahaan berupa informasi yang akurat dan objektif.

Sistem informasi pemasaran mampu memberikan rangkaian informasi yang bermanfaat untuk dapat mengarahkan pemimpin perusahaan dalam mengambil keputusan. Sistem harus dibangun dengan informasi yang relevan guna memberikan bermacam data yang akan diarahkan dalam pengambilan keputusan dan memberikan alat-alat yang digunakan dalam membuat dan mengolah data tersebut menjadi informasi yang berguna untuk pengambilan keputusan dalam manajemen perusahaan tersebut. Untuk dapat seperti ini, sistem harus dirancang guna menyempurnakan proses pengambilan keputusan dari perusahaan tersebut.

Kualitas barang yang diproduksi perusahaan akan menjadi tumpuan apakah konsumen puas dengan barang yang diperjualkan oleh perusahaan dengan kualitas yang mempehuni. Untuk mencapai kualitas barang yang memuaskan maka barang yang diproduksi harus sesuai dengan standarisasi terhadap barang tersebut.

PT. Pegadaian (Persero) merupakan perusahaan BUMN diindonesia pada bidang jasa penyaluran kredit kepada masyarakat atas dasar hukum gadai. Pegadaian telah melakukan perubahan pelayanan dengan meluncurkan sebuah aplikasi yang dapat mempermudah konsumen ataupun nasabah dalam melaksanakan transaksi kepada pegadaian. Pegadaian digital merupakan sebuah layanan dgital dalam bentuk aplikasi web atau mobile yang dapat memberikan pelayanan kepada konsumen.

PT. Pegadaian saat ini mulai menuju pada tahap transformasi menjadi perusahaan keuangan. Perubahan yang dilakukan perusahaan ini dengan cara membuat aplikasi

untuk memudahkan nasabah dalam berinteraksi. Misalnya PT. Pegadaian yang dinamakan “Pegadaian Digital *Service*” untuk memperluas target pasar.

Untuk itu aplikasi pegadaian digital service ini diharapkan mampu meningkatkan sistem informasi pemasaran serta memberi kemudahan kepada konsumen dalam melakukan transaksi pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang.

Berdasarkan uraian diatas, penulis dapat mengambil topik dengan judul ***“Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Pada Aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang”***

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas dapat diuraikan bahwa rumusan masalah yang akan dibahas adalah bagaimana penerapan sistem informasi pemasaran pada aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang?

1.3 Tujuan Magang

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan magang ini yaitu untuk mengetahui bagaimana penerapan sistem informasi pemasaran pada aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang.

1.4 Manfaat Magang

Manfaat magang terdiri dari dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian yang penulis ini diharapkan dapat Memberikan manfaat mengenai pengetahuan tentang penerapan sistem informasi pemasaran pada aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bermanfaat bagi perusahaan maupun pembaca agar dapat meningkatkan sistem informasi pemasaran dan dapat mengetahui bagaimana penerapan sistem informasi pemasaran pada aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang.

1.5 Metode Magang

Penulis akan melakukan metode observasi dilapangan Selama 40 hari dengan tujuan mengamati langsung bagaimana penerapan sistem informasi pemasaran pada aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang. Metode observasi ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data dan mencatat informasi dengan mengamati lansung objek penelitian di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang untuk memberikan gambaran yang sesungguhnya.

1.6 Tempat dan waktu Magang

Magang ini dilakukan pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang yang beralamat di Jl. Proklamasi No. 22, Kota Padang, Sumatera Barat, Indonesia. Waktu pelaksanaan magang berlangsung selama 40 hari kerja.

1.7 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan yang akan dibahas dalam penulisan laporan yakni untuk mengetahui bagaimana aktifitas penerapan sistem informasi pemasaran pada aplikasi Pegadaian Digital Service (PDS) Di PT. Pegadaian (Persero) Cabang Terendam Padang.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan terdiri dari 5 bagian, dengan setiap bagian dijelaskan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini pendahuluan yang berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penulisan, metode penulisan, tempat dan waktu magang, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II tinjauan pustakan ini berisi tentang konsep dan teori pada tugas akhir. Pada bab ini setiap variable akan dijelaskan dalam sudut pandang konseptual.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab III ini menjelaskan tentang tempat magang. Pada bagian awal bab ini menjelaskan profil perusahaan PT. Pegadaian Cabang Terendam Padang, kegiatan yang dilakukan perusahaan, sejarah perusahaan, dan visi misi perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab IV membahas tentang aktifitas yang dilakukan oleh PT. Pegadaian Cabang Terendam Padang melalui metode penelitian yang dilakukan uraian tersebut harus dilakukan sesuai fakta dan sesuai dengan yang terjadi di lapangan.

BAB V PENUTUP

Bab V penutup ini berisi tentang kesimpulan serta saran dari kegiatan observasi, pada bagian ini saran diberikan kepada PT. Pegadaian Cabang Terendam Padang sehingga bisa memberikan manfaat bagi kepentingan pada pihak perusahaan.

