

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berawal dari perhatian terhadap keterbatasan perkembangan dunia perbankan di Indonesia yang seharusnya dapat menjadi sosok panduan perekonomian nasional membuat sekelompok generasi muda dengan latar belakang keuangan, pemasaran, sumber daya manusia dan teknologi informatika terpacu untuk menghadirkan bank yang memanfaatkan teknologi untuk pengembangan bisnisnya. Untuk itu diperlukan informasi oleh organisasi untuk menyelesaikan berbagai keperluan yang mendukung setiap kegiatan bisnisnya.

Sistem Informasi memegang peranan yang cukup penting, apalagi di era globalisasi seperti sekarang ini. Hampir di seluruh sektor bisnis di dunia ini menggunakan sistem informasi di perusahaan mereka. Bukan hanya itu mereka pun selalu berusaha melakukan berbagai macam cara untuk mengembangkan sistem informasi yang digunakan di perusahaan mereka. Hal tersebut dibutuhkan organisasi karena disebabkan oleh tingkat persaingan yang tinggi, produk yang bervariasi, serta penemuan teknologi informasi.

Dengan berkembangnya teknologi komputer sebagai alat pengolah data menjadi informasi, maka pekerjaan informasi yang rumit dalam organisasi banyak mengalami perubahan dan kemudahan. Agar informasi yang dibutuhkan tepat, lengkap, dan teratur diterima oleh perusahaan, maka perlu diatur sistem pengumpulan, pengolahan, penyampaian, dan penggunaannya.

Sistem inilah yang dikenal di dalam pemasaran sebagai sistem informasi pemasaran. Sistem informasi pemasaran menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh manajer dalam pengambilan keputusan.

Di dalam sistem perbankan diperlukan pemasaran yang baik dan berorientasi ke masa depan. Artinya, bahwa perbankan mampu melaksanakan perluasan produk, perubahan strategi, dapat mengantisipasi berbagai keadaan yang akan dihadapi, meningkatkan kualitas pelayanan dan yang terpenting adalah adanya efektivitas pemberi pinjaman yang dapat meningkatkan perusahaan tersebut tidak akan mengalami kemunduran, sehingga hal tersebut dapat menunjang keberhasilan suatu perkoperasian. Oleh karena itu, diharapkan mampu untuk menanggulangi berbagai kekurangan, sehingga dapat lebih efektif dalam melaksanakan kegiatan-kegiatannya.

Karena pentingnya sistem informasi pemasaran, tentu diperlukan adanya peningkatan kualitas sumberdaya manusia yang terampil dan handal dalam bidang teknologi informasi yang ditunjang dengan perangkat teknologi informasi yang canggih.

Dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas informasi yang dihasilkan, dan pihak-pihak yang memerlukan informasi dapat menggunakannya dalam manajemen dan pengambilan keputusan.

Bank Nagari dahulu bernama Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat/BPD Sumbar adalah satu-satunya bank daerah yang berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Sumatera Barat. Bank Nagari berpusat di kota Padang. Bank Nagari didirikan pada tanggal 12 Maret 1962 dengan nama PT Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat (PT

BPD Sumbar). Pendirian tersebut dipelopori oleh Pemerintah Daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusaha swasta di Sumatera Barat atas dasar pemikiran perlunya suatu lembaga keuangan yang berbentuk Bank, yang secara khusus membantu pemerintah dalam melaksanakan pembangunan di daerah. Sampai saat sekarang ini Bank Nagari telah tersebar di beberapa kota atau kabupaten di Sumatera Barat bahkan telah ada di kota luar Sumatera Barat, yaitu Jakarta, Bandung dan Pekanbaru.

Berbasis teknologi informatika, memungkinkan Bank Nagari dapat melakukan pengelolaan bisnisnya dengan *Realtime Online System* di seluruh cabang layaknya standar perbankan saat ini. Oleh karena itu, untuk dapat menerapkan sistem informasi pemasaran yang efektif diperlukan perencanaan, pelaksanaan, pengaturan, serta evaluasi sesuai keinginan dan nilai dalam organisasi.

Dari latar belakang di atas, penulis tertarik untuk mengetahui bagaimanakah penerapan sistem informasi pemasaran yang dijalankan oleh Bank Nagari dalam melakukan aktivitas bisnis. Oleh karena itu, penulis memilih judul laporan, "**Penerapan Sistem Informasi Pemasaran Pada Bank Nagari**".

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan sistem informasi pemasaran pada Bank Nagari dalam memajukan perusahaan?
2. Bagaimana kendala dalam dalam penerapan sistem informasi pemasaran di Bank Nagari ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penerapan sistem informasi pemasaran pada Bank Nagari dalam memajukan perusahaan.
2. Untuk mengetahui sistem dan layanan Bank Nagari dalam penerapan sistem informasi pemasaran.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Akademisi

1. Dapat menambah pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu pengembangan sistem informasi pemasaran dalam kemajuan perusahaan.
2. Untuk menentukan sistem informasi pemasaran yang tepat.
3. Dapat digunakan sebagai dasar studi perbandingan dan referensi dalam penulisan yang sejenis.

b. Bagi Praktisi

1. Sebagai masukan informasi bagi perusahaan dalam meningkatkan kemampuan untuk bisa bersaing dengan perusahaan lain.
2. Dapat digunakan untuk pengembangan perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, lokasi serta sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Landasan Teori menjelaskan tentang uraian - uraian teori yang menunjang dan berhubungan dengan masalah di dalam pembuatan laporan Tugas Akhir.

BAB III Gambaran Umum Perusahaan

Berisi sejarah, visi-misi, struktur organisasi, dan budaya

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Berisi proses mendapatkan data, fasilitas layanan, sistem dan prosedur, penerapan sistem informasi pemasaran, serta efektifitas dan efisiensi.

BAB V Penutup

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran – saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN