

Peran Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT Unilever TBK

Agung Wijoyo¹, Ario Wasito Adjie², Arya Maulana³, Rismayanti⁴, Sephia Nuurul 'Aziizah⁵

Fakultas Ekonomi Bisnis, Program Studi Manajemen S1, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia

[1dosen0167@unpam.ac.id](mailto:dosen0167@unpam.ac.id), [2arioadjie2214@gmail.com](mailto:arioadjie2214@gmail.com), [3aryamaulana2608@gmail.com](mailto:aryamaulana2608@gmail.com), [4rismayanti041310@gmail.com](mailto:rismayanti041310@gmail.com), [5sephiaa.015@gmail.com](mailto:sephiaa.015@gmail.com)

Abstrak- Sistem informasi manajemen mempunyai pengertian sebagai suatu metode formal untuk menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu bagi manajemen, yang diperlukan untuk mempermudah proses pengambilan keputusan dan memungkinkan fungsi-fungsi perencanaan, pengendalian dan operasional organisasi yang bersangkutan dapat dilakukan secara efektif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sistem informasi manajemen pemasaran di PT. Unilever Tbk. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi pustaka. Studi pustaka adalah proses pengumpulan data dan analisis informasi dari berbagai sumber pustaka terkait dengan materi penelitian yang sedang dikaji. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PT. Unilever Tbk. menerapkan sistem informasi manajemen yang lebih berfokus pada pelanggan, sosial dan lingkungan.

Kata Kunci: Manajemen, Sistem Informasi Manajemen, Pemasaran, Unilever

Abstract- A management information system is defined as a formal method for providing accurate and timely information for management, which is needed to facilitate the decision-making process and enable the planning, control and operational functions of the organization concerned to be carried out effectively. This research aims to analyze the role of marketing management information systems at PT. Unilever Tbk. This research was conducted using the literature study method. Literature study is the process of collecting data and analyzing information from various library sources related to the research material being studied. The results of this research indicate that PT. Unilever Tbk. implements a management information system that focuses more on customers, social and environmental issues.

Keywords: Management, Management Information System, Marketing, Unilever

1. PENDAHULUAN

Saat ini, teknologi semakin berkembang pesat. Dimana segala kegiatan dalam kehidupan sehari-hari dapat dilakukan dengan berbasis komputer. Hal ini menyebabkan teknologi menjadi suatu hal yang wajib untuk dimiliki dan dimanfaatkan oleh setiap perusahaan. Penggunaan teknologi dalam berbagai kegiatan bisnis akan mempermudah setiap kegiatan dan akan menunjang keberhasilan dan juga kesuksesan dari sebuah bisnis.

Dengan semakin berkembangnya teknologi akan semakin mempermudah perolehan informasi dari berbagai sumber untuk berbagai kepentingan terutama dalam pengambilan keputusan dalam perusahaan. Oleh sebab itu, pengelolaan informasi secara terintegrasi pada setiap perusahaan menjadi sangat penting karena fokus utama dari sistem informasi manajemen adalah cara mengolah informasi dengan sebaik-baiknya agar dapat menjadi alat pembantu dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan.

Persaingan antar perusahaan juga sekarang ini semakin meningkat dan setiap perusahaan akan berusaha memberikan yang terbaik untuk mencapai suatu keberhasilan sekaligus untuk mempertahankan bisnisnya. Keberhasilan suatu perusahaan tidak lepas dari manajemen sistem informasi di dalamnya. Oleh karena itu, sistem informasi manajemen suatu perusahaan harus sangat diperhatikan agar dapat mengolah dan memanfaatkan data-data dengan maksimal untuk membantu pengambilan keputusan agar perusahaan atau bisnis dapat lebih berkembang.

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi untuk mengelola sistem informasi manajemennya adalah PT. Unilever Tbk. Dimana perusahaan ini memiliki tiga bagian dalam sistem informasi manajemen yang digunakannya, yaitu *Customer Relationship Management*, *Integrated Marketing Communication* dan *Corporate Social Responsibility*

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode studi pustaka. Studi pustaka adalah proses pengumpulan dan analisis informasi dari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan topik penelitian yang diteliti. Dalam penelitian ini, kami melakukan penelusuran dan analisis literatur yang relevan mengenai peran Sistem Informasi Manajemen Pemasaran (SIMPemasaran) di PT Unilever. Berbagai sumber literatur digunakan, antara lain jurnal akademik, buku, artikel, dan dokumen terkait yang diterbitkan oleh PT Unilever dan entitas terkait. Kami melakukan analisis mendalam terhadap literatur ini untuk memperoleh pemahaman komprehensif tentang peran MIS Pemasaran di perusahaan. Data dan informasi yang diperoleh melalui tinjauan pustaka ini selanjutnya dianalisis dan disusun secara sistematis. Kami mengidentifikasi tema-tema utama, peran penting, dan manfaat yang terkait dengan penerapan MIS Pemasaran di PT Unilever. Analisis ini dilakukan untuk memberikan gambaran yang jelas dan akurat mengenai peran MIS Pemasaran dalam konteks perusahaan. Metode tinjauan literatur dipilih karena memberikan kesempatan untuk memperoleh gambaran yang komprehensif dan mendalam mengenai peran MIS Pemasaran di PT Unilever. Dengan mengacu pada literatur yang relevan, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai penerapan SIM Pemasaran pada perusahaan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Sistem Informasi Manajemen

Sistem informasi manajemen mempunyai pengertian sebagai suatu metode formal untuk menyediakan informasi yang akurat dan tepat waktu bagi manajemen, yang diperlukan untuk mempermudah proses pengambilan keputusan dan memungkinkan fungsi-fungsi perencanaan, pengendalian dan operasional organisasi yang bersangkutan dapat dilakukan secara efektif. (Stoner JAF., 1991)

B. Sistem Informasi Manajemen di PT Unilever

Sistem Informasi Manajemen pada PT. Unilever ada tiga bagian, yaitu:

a. CRM (Customer Relationship Management)

CRM berkonsentrasi pada apa yang dinilai oleh pelanggan, bukan pada apa yang perusahaan ingin jual. Sasaran dari kerangka kerja bisnis CRM adalah menggunakan hubungan yang ada untuk meningkatkan penghasilan, menggunakan informasi yang terintegrasi untuk pelayanan yang baik, memperkenalkan konsisten, proses dan prosedur channel yang replicable.

Keuntungan penggunaan CRM pada PT. Unilever Tbk yaitu servis yang lebih cepat, mengurangi harga, memperbesar keuntungan, mempunyai rasa memiliki, meningkatkan koordinasi tim, tingkat kepuasan pelanggan menjadi lebih tinggi, meningkatkan loyalitas pelanggan.

Dalam upaya untuk meningkatkan pengalaman konsumen dan mengumpulkan informasi pelanggan yang lebih baik. Unilever telah mulai menggunakan *Astute Solusi RealDialog*, yaitu alat dalam panggilan pusat. *RealDialog* menggunakan mesin linguistik menganalisis pelanggan di masing-masing kata dan kemudian menyediakan pusat kontak agen sehingga dengan mudah membaca tanggapan. *RealDialog* memungkinkan mereka untuk mengontrol pesan. Selain itu, kekuatan utama dari sistem adalah *simplifies* agen pekerjaan, yang memungkinkan mereka untuk memberikan jawaban lebih cepat dan fokus dalam membangun hubungan.

b. IMC (Intergrated Marketing Communication)

PT Unilever menggunakan strategi Komunikasi Pasar Terpadu atau Integrated Marketing Communication (IMC). Strategi ini berupaya untuk memadukan dan mengkoordinasikan semua saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara jelas, konsisten, dan berpengaruh kuat terhadap perusahaan dan produknya.

IMC adalah konsep dari perencanaan komunikasi pemasaran yang memperkenalkan nilai tambah dari rencana komprehensif yang mengevaluasi peran strategis dari berbagai disiplin komunikasi, contohnya periklanan umum, respon langsung, sales promotion, dan Public Relations. IMC dalam arti yang sederhana adalah proses dari pengelolaan customer relationships atau hubungan pelanggan yang menggerakkan brand value.

c. CSR (Corporate Social Responsibility)

CSR adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada.

Contoh tanggung jawab yang dilakukan, mulai dari melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan perbaikan lingkungan, pemberian beasiswa untuk anak tidak mampu, pemberian dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk desa fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak. khususnya masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

4. KESIMPULAN

Sistem informasi manajemen merupakan salah satu elemen penting dalam suatu perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan dari suatu perusahaan tidak lepas dari pengelolaan sistem informasi manajemen di dalamnya begitu pula dengan perusahaan PT. Unilever Tbk. PT. Unilever Tbk merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan teknologi untuk menjalankan sistem informasi manajemen yang lebih baik. Perusahaan ini menerapkan suatu sistem informasi yang lebih terfokus pada pelanggan dan juga sosial serta lingkungan. Dimana mereka menerapkan sistem informasi manajemen untuk dapat mengumpulkan data konsumen dengan cepat agar dapat membangun hubungan dengan konsumen, membentuk citra merek yang kuat dan memberikan tanggung jawab sosial kepada lingkungannya. Lalu, dengan adanya penerapan sistem informasi ini maka PT. Unilever Tbk maka perusahaan tersebut dapat mengumpulkan data informasi yang dapat mendukung pengambilan keputusan. menyediakan informasi berguna dalam perencanaan, pengendalian, evaluasi dan juga perbaikan lanjutan serta dapat dipergunakan sebagai dasar untuk perhitungan harga produk, jasa maupun untuk tujuan lainnya sesuai yang diinginkan manajemen.

DAFTAR PUSTAKA

- https://www.academia.edu/16702405/Sistem_Informasi_Manajemen_PT_Unilever_Tbk
https://www.researchgate.net/publication/335678912_TUGAS_SISTEM_INFORMASI_MANAJEMEN_IMPLEMEN_TASI_SISTEM_INFORMASI_MANAJEMEN_PADA_PT_UNILEVER_Tbk
<https://dokumen.tips/documents/makalah-sim-565de401eba47.html>
<https://cpssoft.com/blog/manajemen/definisi-sistem-informasi-manajemen-fungsi-kategori-dan-manfaatnya/>
<https://idcloudhost.com/sistem-informasi-manajemen-pengertian-fungsi-tujuan-manfaat-dan-contohnya/>