

PERANAN SISTEM INFORMASI MANAJEMEN PEMASARAN DI PT. TELKOM INDONESIA (Studi Kasus : PT. TELKOM)

Agung Wijoyo¹, Rifandi Bay Hakim² Karina Damaristi Panjaitan³ Suci Oktavia Ramadhani⁴ Gilang Ramadhan⁵

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

[1dosen0167@unpam.ac.id](mailto:dosen0167@unpam.ac.id), [2rifandibayhakim12@gmail.com](mailto:rifandibayhakim12@gmail.com), [3karinadamaristi55@gmail.com](mailto:karinadamaristi55@gmail.com),

[4.sucioktavia24@gmail.com](mailto:sucioktavia24@gmail.com), [5.gilangr3101@gmail.com](mailto:gilangr3101@gmail.com)

Abstrak- Dalam lingkungan bisnis saat ini, teknologi informasi memainkan peran penting dalam mendukung perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis mereka termasuk manajemen pemasaran. Penyediaan data yang akurat secara tepat waktu penting untuk mendukung perencanaan dan pemantauan kinerja pemasaran. Merencanakan rencana pemasaran yang terstruktur dan terintegrasi membutuhkan keterlibatan dari berbagai divisi termasuk Penjualan, Tarif, Layanan, Hukum, Keuangan, Sistem Informasi, Penagihan dan Pemilik Produk. Untuk mengukur kinerja pemasaran setelah dimulainya program, demonstrasi indikator kinerja pemasaran dengan cepat dan akurat diperlukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem informasi untuk mendukung proses perencanaan program pemasaran dan menunjukkan indikator kinerja pemasaran secara online. Lingkup sistem informasi yang dikembangkan adalah PT Telkom Indonesia. Pengguna sistem informasi adalah divisi atau unit yang terkait dengan manajemen pemasaran. Tahap pengembangan dimulai dengan survei dan penetapan persyaratan pengguna hingga tahap desain. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, survei, literatur, tinjauan dan diskusi kelompok fokus diikuti dengan analisis kebutuhan data dan desain sistem. Manfaat dari sistem yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah meningkatkan efisiensi dan efektivitas perencanaan program dan ukuran kinerja pemasaran, serta meningkatkan kontrol manajemen kinerja pemasaran. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah pembentukan persyaratan pengguna dalam proses perencanaan program dan pengembangan sistem informasi yang layak dari sudut pandang teknis, operasional dan ekonomi. Investigasi dan desain lebih lanjut dalam lingkup nasional diperlukan untuk membangun sistem nasional, diikuti oleh implementasi, pengujian, dan penyebaran untuk menerapkan sistem informasi.

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

Abstract- *In today's business environment, information technology plays an important role in supporting firms to achieve their business objectives including marketing management. The provision of accurate data in a timely manner is important to support planning and monitoring marketing performance. Planning a structured and integrated marketing plan requires involvement from various divisions including Sales, Tariff, Service, Legal, Finance, Information Systems, Billing and Product Owner. In order to measure marketing performance following the commencement of a program, demonstration of marketing performance indicators quickly and accurately is necessary. This study aims to develop an information system to support the marketing program planning process and show marketing performances indicators online. The scope of information systems developed is PT. Telkom Indonesia. The users of the information systems are divisions or units related to marketing management. Development stage starts with a survey and establishment of user requirement until design stage. Methods used in this study are interviews, survey, literature, review and focus group discussion followed by data requirement analysis and system design. The benefits of the system developed in this study are increasing efficiency and effectiveness of program planning and marketing performance measure, as well as increasing management control of marketing performance. Results obtained from this study are the establishment of user requirements in program planning process and the development of a feasible information system from technical, operational and economic point of views. Further investigation and design in a national scope are required to establish a national system, followed by implementation, testing and deployment to apply the information system.*

Keywords: Management, Management Information System, Marketing, Telkom

1. PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi yang semakin pesat saat ini, membuat setiap perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan maupun jasa harus bersaing

dengan perusahaan lain agar dapat tetap eksis, berkembang, dan mampu memenangkan daya saing. Informasi merupakan salah satu sumber daya utama yang dapat menunjang keberhasilan suatu perusahaan. Informasi yang akurat, tepat waktu, relevan, dan lengkap dapat memberikan dukungan dalam pengambilan keputusan yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja dan pertumbuhan perusahaan. Perubahan penggunaan sistem informasi konvensional yang lebih manual kepada sistem informasi yang otomatis di dalam perusahaan memiliki kecenderungannya akan banyak menemui kendala. Contoh salah satu kendala adalah karyawan sebagai penggunanya (end users) kurang mampu beradaptasi dalam menjalankan fungsi sistem informasi tersebut yang disebabkan mereka sudah lama menggunakan sistem secara manual. Untuk mengatasi permasalahan ini, biasanya cara yang dilakukan oleh perusahaan yaitu melakukan pelatihan (training) kepada para karyawannya dengan cara memakai jasa pihak lain atau vendor teknologi informasi (TI) yang sudah berpengalaman di bidangnya. Ada beberapa cara lainnya, seperti mengadaptasi salah satu dari empat strategi atau model konversi sistem operasi, baik strategi konversi langsung, paralel, pilot, maupun dengan strategi bertahap. Konversi sistem adalah salah satu aspek yang menentukan keberhasilan dalam penerapan sistem informasi yang baru. Pada tahapan konversi ini, aspek non-teknis meliputi pendekatan, metode, strategi manajerial terkait sistem kerja dan organisasi pengguna menjadi perhatian para pengembang di samping aspek teknis pengembangan sistem informasi karena terlibatnya pengguna pada semua lini secara langsung. Pilihan masing-masing perusahaan bergantung pada kebutuhan dan kondisi yang ada di lapangan. Bisa juga karena alasan meminimalisir resiko tapi memerlukan banyak biaya atau sebaliknya. Dalam perusahaan proses penjualan merupakan proses yang sangat penting bagi perusahaan dalam meningkatkan pendapatan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan informasi yang dapat mendukung pengambilan keputusan bagi manajemen. Penerapan komputer dan sebuah sistem informasi penjualan menjadi suatu solusi karena dapat mendukung kinerja dalam bagian-bagian yang berhubungan dengan penjualan serta mendukung pengambilan keputusan bagi pihak manajerial untuk mencapai tujuan perusahaan. Sistem informasi penjualan berbasis komputer dalam penyajian informasi penjualan yang diperlukan dapat langsung disajikan baik pada layout layar monitor maupun media cetak. Sistem informasi penjualan berbasis komputer ini dapat mengolah data lebih cepat dan pelayanan yang diberikan dapat lebih baik melalui perangkat otomatisasi yang tersedia, selain itu kebutuhan akan informasi penjualan dapat disajikan secara cepat dan tepat waktu dengan adanya penyimpanan data secara elektronik yang mudah untuk di akses oleh pengguna sistem. Sistem informasi penjualan yang dijalankan dengan baik dalam suatu perusahaan maka akan sangat membantu dalam mendukung aktivitas penjualan dalam perusahaan.

2. METODE PENELITIAN

Beberapa metode yang harus dilakukan manajemen perusahaan agar proses informasi dapat berjalan optimal sesuai dengan penerapan aplikasi sistem informasi diantaranya yaitu :

1. Perencanaan Sistem Dalam perencanaan sistem terdapat beberapa fase/tahapan yaitu : ➤
Dibentuk suatu struktur kerja strategis yang luas dan pandangan sistem informasi baru yang jelas yang akan memenuhi kebutuhan-kebutuhan pemakai informasi.
 - Proyek sistem dievaluasi dan dipisahkan berdasarkan prioritasnya. Proyek dengan prioritas tertinggi akan dipilih untuk pengembangan.
 - Sumber daya baru direncanakan untuk, dan dana disediakan untuk mendukung pengembangan sistem.

Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam perencanaan sebuah sistem:

- Faktor-faktor kelayakan yang berkaitan dengan kemungkinan berhasilnya sistem informasi yang dikembangkan dan digunakan, yaitu kelayakan teknis, ekonomis, legal, dan operasional.
- Faktor-faktor strategis yang berkaitan dengan pendukung sistem informasi dari sasaran bisnis dipertimbangkan untuk setiap proyek yang diusulkan. Nilai-nilai yang dihasilkan dievaluasi untuk menentukan proyek sistem mana yang akan menerima prioritas yang tertinggi.

2. Analisis Sistem

- Fase analisis sistem adalah fase profesional sistem melakukan kegiatan analisis sistem.
- Dilakukan proses penilaian, identifikasi dan evaluasi komponen dan hubungan timbal-balik yang terkait dalam pengembangan sistem; definisi masalah, tujuan, kebutuhan, prioritas dan kendala-kendala 12 sistem; ditambah identifikasi biaya, keuntungan dan estimasi jadwal untuk solusi yang berpotensi.
- Pada akhir fase analisis sistem, laporan analisis sistem disiapkan. Laporan ini berisi penemuan-penemuan dan rekomendasi. Bila laporan ini disetujui, tim proyek sistem siap untuk memulai fase perancangan sistem secara umum. Bila laporan tidak disetujui, tim proyek sistem harus menjalankan analisis tambahan sampai semua peserta setuju.

3. Perancangan Sistem secara Umum/Konseptual Dalam fase perancangan sistem, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan yaitu seperti :

- Harus berguna, mudah dipahami dan mudah digunakan
- Harus dapat mendukung tujuan utama Perusahaan
- Harus efisien dan efektif untuk dapat mendukung pengolahan transaksi, pelaporan manajemen dan mendukung keputusan yang akan dilakukan oleh manajemen, termasuk tugas-tugas yang lainnya yang tidak dilakukan oleh computer
 - Harus dapat mempersiapkan rancangan sistem yang terinci untuk masing-masing komponen dari sistem informasi yang meliputi data dan informasi, simpanan data, metode-metode, prosedur-prosedur, pihak-pihak yang terkait, perangkat keras, perangkat lunak dan pengendalian internal

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Perancangan, penerapan dan pengoperasian SIM adalah mahal dan sulit. Upaya ini dan biaya yang diperlukan harus ditimbang-timbang. Ada beberapa faktor yang membuat SIM menjadi semakin diperlukan, antara lain bahwa manajer harus berhadapan dengan lingkungan bisnis yang semakin rumit. Salah satu alasan dari kerumitan ini adalah semakin meningkatnya dengan munculnya peraturan dari pemerintah. Lingkungan bisnis bukan hanya rumit tetapi juga dinamis. Oleh sebab itu manajer harus membuat keputusan dengan cepat terutama dengan munculnya masalah manajemen dengan munculnya pemecahan yang memadai. Sistem informasi manajemen SIM bukan sistem informasi keseluruhan, karena tidak semua informasi di dalam organisasi dapat dimasukkan secara lengkap ke dalam sebuah sistem yang otomatis. Aspek utama dari sistem informasi akan selalu ada di luar sistem komputer. Mengingat begitu pentingnya peranan dari manajemen sistem informasi, maka sudah sewajarnya semua kegiatan perusahaan menerapkan manajemen sistem informasi demi efisiensi dan efektifitas kinerja perusahaan dalam mencapai target perusahaannya. Kita bisa membandingkan, tingkat efektifitas kinerja perusahaan antara 2 perusahaan antara yang menggunakan manajemen sistem informasi dengan perusahaan yang masih menganut sistem kontemporer / konservatif. Makalah ini menyajikan studi kasus tentang penerapan manajemen sistem informasi pada PT Telkom Indonesia yang penulis himpun dari berbagai sumber.

PT. TELKOM, Tbk adalah Suatu Badan Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa Telekomunikasi. PT. TELKOM menyediakan sarana dan jasa layanan Telekomunikasi dan Informasi kepada masyarakat luas sampai ke pelosok daerah di seluruh Indonesia. PT. Telkom yang sahamnya dimiliki sepenuhnya oleh Telkom. Pendirian PT Telkom merupakan bagian dari komitmen Telkom untuk terus melakukan pengembangan jaringan broadband untuk menghadirkan akses informasi dan komunikasi tanpa batas bagi seluruh masyarakat Indonesia. Telkom berupaya menghadirkan koneksi internet berkualitas dan terjangkau untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu bersaing di level dunia. Kehadiran PT Telkom diharapkan akan mendorong pertumbuhan jaringan akses broadband di Indonesia. Selain Instalasi jaringan akses broadband, layanan lain yang diberikan oleh PT.

Telkom adalah Network Terminal Equipment (NTE), serta Jasa Pengelolaan Operasi dan Pemeliharaan (O&M Operation & Maintenance) jaringan Akses Broadband. PT Telkom Akses berkomitmen memberikan layanan dengan jaminan, bahwa pelanggan akan mendapatkan kualitas layanan terbaik, berupa kemudahan produk dan jaringan berkualitas dengan harga yang kompetitive. Dengan demikian yang diperlukan oleh PT Telkom adalah karyawan yang bekerja dengan profesional dan loyalitas yang tinggi. Profesional dan loyalitas ini akan berpengaruh pada kinerja karyawan ketika harus berhadapan dengan konsumen pemakai jasa telekomunikasi PT. Telkom Akses. PT Telkom Akses akan mengelola bisnis melalui praktek- praktek terbaik dengan mengoptimalkan penggunaan teknologi yang kompetitif, membangun kemitraan yang saling menguntungkan dan saling mendukung secara sinergis, serta sumber daya yang unggul. Strategi pengelolaan sumber daya manusia pada PT Telkom Akses menekankan pada harmonisasi jumlah dan kompetensi sumber daya manusia searah dengan portofolio bisnis yang semakin fokus pada times. PT Telkom Akses berupaya untuk meningkatkan sinergi dan efisiensi di antara perusahaan di jajaran Telkom Group dan terus menekankan penerapan nilai-nilai perusahaan yang telah ditetapkan.

Upaya ini diimplementasikan dengan menyusun rencana pengalokasian karyawan untuk beberapa tahun ke depan dan rencana ketenagakerjaan setiap tahun agar dapat memberikan informasi yang lebih akurat untuk mendukung kemajuan usaha perusahaan.

4. KESIMPULAN

Sistem pemrosesan transaksi digunakan untuk menjelaskan sistem informasi mengumpulkan data yang menguraikan aktivitas perusahaan, mengubah data menjadi informasi, dan menyediakan informasi tersebut bagi para pengguna terdapat di dalam maupun di luar perusahaan. Subsystem-subsystem utama dari sistem distribusi, yaitu:

- 1) Sistem yang memenuhi pesanan pelanggan
- 2) Sistem yang memesan persediaan pengganti
- 3) Sistem yang menjalankan proses buku besar

Sistem informasi sumber daya manusia (human resources information subsystem-HRIA) memberikan informasi kepada seluruh manajer perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya manusia perusahaan. Sistem informasi eksekutif (executive information system – EIA) adalah suatu sistem yang memberikan informasi kepada para manajer di tingkat yang lebih tinggi atas kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management-CRM) adalah manajemen hubungan antara perusahaan maupun pelanggannya akan menerima nilai maksimum dari hubungan ini. Data warehouse adalah bagian utama dari data warehousing yang memasukkan data ke dalam gudang, mengubah isinya menjadi informasi, dan menyediakan informasi tersebut kepada para pengguna

DAFTAR PUSTAKA

- Oktavianus. (2011). Prediction of Financial distress Companies in The Consumer Product Sector in Malaysia, Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA
- Mc. Leod. Raymond. 2008. Sistem Informasi Manajemen. Jakarta: Salemba Empat
- Ahmad Fariz, 2014.
- Catur Nugroho, 2018. <http://student.blog.dinus.ac.id/catumugroho/2018/04/05/penerapan-e-bisnis-di-perusahaan-pt-telkom-indonesia-persero-tbk/>