

ANALISIS OPTIMASI BISNIS PROSES SISTEM INFORMASI PEMASARAN DI PT. SASA INTI MINSEL

Grasela Wowor¹, Alfrina Mawengkang², Johan Reimon Batmetan³

^{1,2,3}Jurusan Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, Fakultas Teknik,
Universitas Negeri Manado
e-mail: ¹17208078@unima.ac.id, ²mewengkangalfrina@unima.ac.id,
³john.reimon@unima.ac.id

ABSTRAK

Alur proses bisnis yang tersistematik sangatlah penting untuk perusahaan berkembang seperti PT. Sasa Inti Minsel, karena dengan adanya proses bisnis tersistematik semua kegiatan proses bisnis perusahaan yang sesuai pada alur akan lebih efektif dan efisien sehingga PT. Sasa Inti Minsel dapat mencapai tujuan perusahaan. Melalui metode Business Process Improvement (BPI) yang diterapkan pada penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa, proses bisnis penjualan pada PT. Sasa Inti Minsel belum optimal dikarenakan proses yang masih mengandalkan sistem konvensional. Proses bisnis usulan setelah dilakukan evaluasi Business Process Improvement, menghasilkan proses bisnis transaksi penjualan usulan lebih cepat. Proses ini hanya memakan waktu 1 jam 29 menit. Hal ini menjadikan proses pendistribusian santan menjadi lebih cepat dan optimal. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Sasa Inti Minsel. Penelitian dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa perusahaan dalam tahap pengoptimalisasian sistem informasi pemasaran, sehingga penelitian dianggap cukup relevan untuk melakukan evaluasi. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret-Agustus 2022. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yang bersifat kualitatif.

Kata Kunci: *Business Process Improvement, Proses Bisnis, Sistem Informasi Pemasaran.*

PENDAHULUAN

Sebuah organisasi tentunya mempunyai suatu tujuan untuk dicapai. Dalam usaha mencapai tujuan organisasi, strategi dan proses bisnis sangatlah dibutuhkan. Suatu organisasi pasti memiliki proses bisnis yang mendukung kegiatan bisnis yang ada dalam organisasi untuk mencapai visi dan misi yang teridentifikasi. Proses bisnis itu sendiri adalah serangkaian kegiatan yang bekerja sama dalam lingkungan organisasi dan teknis yang bersama-sama mencapai tujuan bisnis (Supit dkk, 2021). PT Sasa Inti ini merupakan perusahaan makanan dan bumbu masak terkemuka di Indonesia yang didirikan oleh Rodamas pada tahun 1968. PT Sasa Inti memimpin kategori dengan nama sasa merupakan singkatan dari “Sari Rasa” diartikan sari dari rasa dan gambaran fokus perusahaan Berdasarkan pengamatan penulis pada PT Sasa Inti Minsel, terdapat permasalahan dimana sulitnya pemesanan, dalam bidang sistem informasi pemasaran dan pendistribusian santan kepelanggan karna proses pemesanan masih harus dilakukan

seacara manual, konsumen masih harus berhubungan terlebih dahulu dengan divisi marketing, pembayaran juga masih harus berhubungan dengan divisi keuangan dan belum memiliki sistem informasi pemasaran yang khusus. PT Sasa Inti Minsel mempunyai website sasainti.co.id, tapi website ini masih merupakan website yang secara umum, untuk website khususnya PT Sasa Inti Minsel ini masih belum memilikinya. Adapun langkah- langkah yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi yang menunjang pelaksanaan penelitian ini, seperti observasi, wawancara, studi pustaka. Sistem Informasi Pemasaran merupakan kumpulan dari sub-sub yang saling berhubungan satu sama lain secara harmonis dengan tujuan untuk mengolah data yang berkaitan dengan masalah pemasaran menjadi sistem informasi pemasaran yang diperlukan oleh manajemen untuk mengambil keputusan dalam rangka melaksanakan fungsinya (Sudiarti, 2019). Dalam Sistem Informasi Pemasaran ini terdiri atas orang, peralatan, prosedur yang ditunjukkan untuk mengumpulkan, menganalisa dan membagi-bagi apa-apa yang dibutuhkan secara tepat waktu dan informasi akurat yang digunakan untuk pengambilan dengan keputusan bagi manajemen pemasaran (Hidayatullah dkk, 2019)

KAJIAN TEORI

Sistem Informasi

Sistem informasi adalah suatu sistem mesin-orang yang terintegrasi untuk menghasilkan informasi untuk mendukung fungsi-fungsi operasi, manajemen dan pengambilan keputusan dalam sebuah organisasi. Sistem tersebut memanfaatkan perangkat keras dan perangkat lunak komputer; prosedur-prosedur; model analisis, perencanaan, Teknik pengambilan keputusan dan basis data (Olson, 2014).

Analisa sistem dapat didefinisikan sebagai penguraian dari suatu sistem informasi yang utuh ke dalam bagian-bagian komponennya dengan maksud untuk Mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan-permasalahan, kesempatan-kesempatan, hambatan-hambatan yang terjadi dan kebutuhan-kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan- perbaikannya.

Optimasi Proses Bisnis

Bisnis adalah segala sesuatu yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan tertentu dan terjadi pada suatu organisasi didasarkan pada serangkaian proses atau aktivitas-aktivitas kunci. Menurut Harmon (2014), proses bisnis merupakan serangkaian aktivitas tertentu yang dilakukan guna menghasilkan hasil yang memiliki nilai dan sebagai jawaban terhadap beberapa peristiwa penting (Belanger dan Van Slyke, 2011).

Harrington (1991) menyatakan bahwa BPI merupakan metode sistematis yang dikembangkan untuk membantu sebuah organisasi dalam membuat kemajuan yang signifikan dalam mengoperasikan proses bisnisnya. Sistem optimasi ini umumnya mengacu kepada teknik program matematika yang biasanya membahas atau mengacu kepada jalannya program penelitian (*research programming*) tentang masalah yang sedang dihadapi (Wulandari, 2019). Teknik ini diharapkan dapat memberikan solusi yang terbaik dari hasil keputusan yang telah diambil dari permasalahan yang sedang dihadapi tersebut.

Sistem Informasi Pemasaran

Pemasaran menurut (Fathurrochman dkk, 2021) dapat didefinisikan sebagai proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan calon pelanggan. Pengertian sistem informasi pemasaran harus mengatur arus informasi pemasaran kepada manajer pemasarannya. Perusahaan mempelajari kebutuhan informasi para manajernya dan merancang sistem informasi pemasarannya (marketing information sistem) untuk mencapai kebutuhan tersebut (Sugesti, 2018). Menurut McLeod dan Rogers (1982), intelegen pemasaran adalah: Intelegen pemasaran (marketing intellegence) adalah informasi sehari-hari mengenai perkembangan dalam lingkungan dalam pemasaran yang digunakan manajer untuk menyiapkan dan menyesuaikan rencana pemasaran.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yang bersifat kualitatif. Penelitian yang bersifat kualitatif yaitu suatu pendekatan penelitian yang menghasilkan data yang deskriptif berupa data-data yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang diamati.

Waktu Dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Sasa Inti Minsel. Penelitian dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa perusahaan dalam tahap pengoptimalisasian sistem informasi pemasaran, sehingga penelitian dianggap cukup relevan untuk melakukan evaluasi. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret - Agustus 2022.

Analisa Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan fase dari metode BPI (*Bussiness Process Improvement*).

1. *Organizing For Improvement* Bermaksud untuk mendapatkan suatu keberhasilan dalam membangun kepemimpinan, pengertian dan komitmen. Memahami gambaran umum perusahaan, deskripsi proses bisnis penjualan dan pemilihan proses bisnis.
2. *Understanding the Process* Bermaksud untuk memahami seluruh dimensi dari proses bisnis yang sedang berjalan. Mengidentifikasi proses bisnis dan pemodelan proses bisnis.
3. *Streamlining* Bermaksud untuk memperbaiki efektivitas, efisiensi, dan beradaptasi pada proses bisnis. Mengidentifikasi permasalahan dan menganalisis perbaikan proses bisnis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fase 1 – Organizing for Improvement

PT. Sasa Inti Minsel yang bergerak dalam bidang perdagangan dan perindustrian melakukan aktivitas yaitu mengolah kopra menjadi santan kelapa murni. Kegiatan-

kegiatan ini merupakan upaya untuk meningkatkan nilai tambah dengan jalan merubah bentuk melalui proses produksi dengan menggunakan mesin. Disini terlihat bahwa perusahaan ini telah menciptakan kegunaan bentuk untuk kelapa menjadi santan kelapa murni. Perusahaan ini dalam melaksanakan kegiatan produksinya menggunakan mesin-mesin yang digerakkan oleh listrik. Selain mesin-mesin, perusahaan juga memiliki fasilitas lainnya yang juga digunakan dalam proses produksi seperti: tangki, drum dan fasilitas lainnya yang disusun menurut aturan-aturan dari proses produksi yang satu ke proses produksi berikutnya (lay out) untuk menghasilkan produk jadi atau akhir. Proses produksi yang dilakukan perusahaan ini adalah proses produksi yang bersifat terus menerus dimana aliran proses bahan baku sampai bahan jadi yang mempunyai pola yang pasti dan urutan pekerjaan yang dilakukan juga tetap. Dalam proses produksi ini akan terhenti apabila kehabisan bahan baku, dan juga proses akan terus menerus dilakukan tanpa memperhatikan ada pesanan atau tidak.

Analisis Proses Bisnis Saat ini

Pada tahap ini dilakukan analisis pada proses bisnis yang berjalan di PT. Sasa Inti Minsel. Analisis proses bisnis yang dilakukan mengadaptasi dari fase yang ada pada BPI yaitu fase 1 dan fase 2. Pada fase 1 dilakukan pengumpulan data-data pada lingkungan PT. Sasa Inti Minsel seperti struktur organisasi, tugas dan tanggung jawab stakeholder yang ada, target dan tujuan yang ingin dicapai oleh PT. Sasa Inti Minsel. Pada fase 2 dilakukan pemodelan proses bisnis dengan menggunakan diagram BPMN, melakukan simulasi dari proses bisnis yang telah digambarkan menggunakan tools Bizagi Modeler, dan melakukan evaluasi dari proses bisnis tersebut. Rencana peningkatan proses bisnis dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Organizing for Improvement

No	Aktivitas	Keterangan
1	Menetapkan EIT (Executive Improvement Team)	Pada penelitian ini tim perbaikan adalah peneliti beserta General Manager PT. Sasa Inti Minsel
2.	Menunjuk pemimpin BPI	Pemimpin BPI adalah peneliti, dibawah pengawasan General Manager PT. Sasa Inti Minsel
3.	Memberikan pelatihan eksekutif	Peneliti mempelajari dasar-dasar teori yang berkaitan dengan BPI
4.	Mengembangkan model peningkatan	Peneliti menggunakan BPI Framework dengan berfokus pada 3 fase, yaitu Organizing for improvement, Understanding the process, dan Streamling.
5.	Mengkomunikasikan tujuan dengan karyawan	Mengkomunikasikan pada karyawan PT. Sasa Inti Minsel mengenai rencana perbaikan yang diterapkan pada PT. Sasa Inti Minsel
6.	Mengulas strategi bisnis dan kebutuhan pelanggan	Melakukan wawancara dengan General Manager PT. Sasa Inti Minsel untuk mengetahui

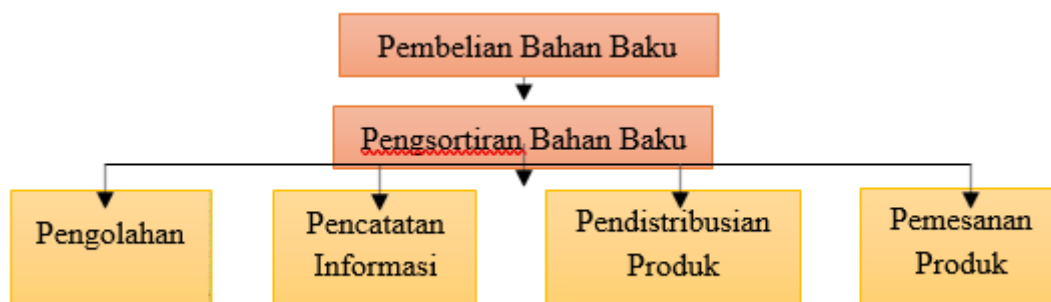
No	Aktivitas	Keterangan
		strategi bisnis yang diterapkan dan apa saja kebutuhan
7.	Memilih proses bisnis yang kritis	Melakukan wawancara dengan pemilik PT. Ssa Inti Minsel
8.	Menetapkan pemilik proses	Melakukan wawancara dengan General Manager PT. Sasa Inti Minsel untuk mengetahui penanggung jawab dari setiap proses yang berjalan di PT. Sasa Inti Minsel.
9.	Memilih anggota PIT (Process Improvement Team)	Anggota PIT pada penelitian ini yaitu peneliti beserta General Manager PT Sasa Inti Minsel

Pemilihan Proses Bisnis

Pemilihan proses bisnis merupakan salah satu penerapan dari fase ke-1 dalam BPI yang bertujuan menentukan batasan proses bisnis yang akan dilakukan perbaikan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan diketahui ada 4 proses bisnis di PT Sasa Inti yaitu, penyediaan suplai, pengolahan produk, penjualan produk, dan pemesanan produk. Dari hasil pengisian matriks, proses bisnis yang memiliki nilai paling tinggi dipilih untuk dilakukan perbaikan.

Fase 2 – Understanding the Process

Identifikasi proses bisnis yang dapat dilihat pada gambar 1 menjelaskan lebih lanjut terkait prioritas proses bisnis perbaikan yaitu dalam proses produksi dan pendistribusian produk yang meliputi deskripsi proses bisnis, pemodelan proses bisnis, identifikasi masalah yang mungkin akan muncul, dan analisis aktivitas proses bisnis.



Gambar 1. Deskripsi Analisis

Pemodelan Proses Bisnis

Dari hasil pengisian matriks, proses bisnis yang memiliki nilai paling tinggi dipilih untuk dilakukan perbaikan yaitu pada bagian pemasaran. Bagian ini menjadi bagian penting dalam pendistribusian Santan kepada toko partner. Gambar 2 adalah alur proses pemesanan santan PT. Sasa Inti Minsel saat ini.

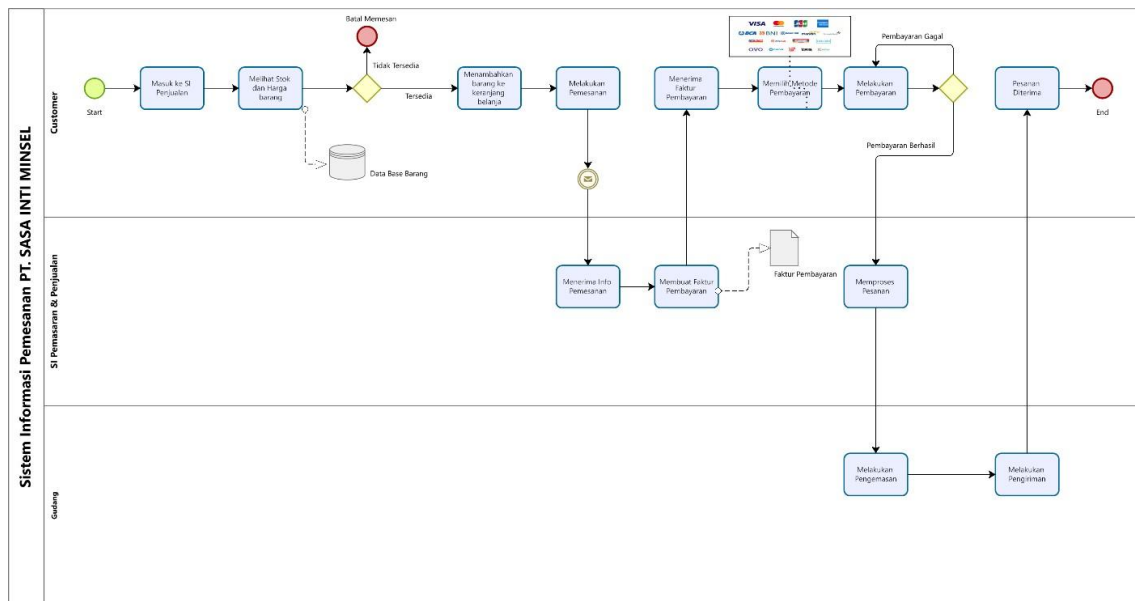
Berikut adalah uraian proses bisnis pemesanan PT. Sasa Inti Minsel

- Saat customer melakukan pemesanan, divisi marketing akan memproses pesanan.
- Divisi marketing melakukan pengecekan stok barang dibagian PPIC.
- PPIC melakukan proses pengecekan stok yang tersedia.
- Divisi keuangan membuat invoice dan diserahkan kepada bagian marketing dan pemesan.
- Pemesan melakukan pembayaran tunai melalui Divisi keuangan.
- Divisi Keuangan mencatat penjualan dan pembayaran dari pemesan.
- Nota transaksi diserahkan ke bagian gudang, untuk kemudian dilakukan pengiriman barang.

Dalam menjawab permasalahan penelitian, penulis melakukan analisis proses bisnis saat ini kemudian memberikan rekomendasi perbaikan sehingga proses bisnis saat ini bisa lebih baik. Metode yang digunakan penulis yaitu Proses Business Improvement (BPI) untuk merancang perbaikan proses bisnis. Namun tidak semua streamlining tools pada

BPI digunakan oleh penulis dalam memperbaiki proses bisnis, penulis menyesuaikan dengan permasalahan yang terdapat pada proses bisnis pada obyek penelitian saja.

Dari uraian setelah observasi, berikut ini merupakan proses bisnis yang telah disesuaikan berdasarkan alur sistem yang seharusnya dan telah dikondisikan berdasarkan kebutuhan perusahaan saat ini. Gambar 3 adalah proses bisnis yang telah dibenahi.



Gambar 3. Proses Bisnis Pemesanan PT. Sasa Inti Minsel Setelah Dibenahi

Berikut adalah uraian usulan proses bisnis pemesanan PT. Sasa Inti Minsel

- Customer melakukan pemesanan melalui sistem informasi. Sebelum pemesanan, customer dapat melihat stok barang yang tersedia, dan berapa banyak jumlah barang yang akan dipesan. Barang yang akan dipesan dapat di tambahkan ke keranjang belanja, untuk kemudian dilanjutkan ke proses pemesanan.
- Pada bagian transaksi pembayaran, diusulkan beberapa pilihan metode pembayaran untuk memudahkan transaksi.
- Setelah pembayaran dilakukan, Sistem akan menerima informasi pemesanan barang lewat sistem untuk selanjutnya akan diproses untuk pengiriman.
- Sistem akan membuat daftar barang yang akan dikirim, untuk selanjutnya diproses oleh bagian gudang.
- Gudang akan melakukan pengepakan barang, untuk selanjutnya akan dikirimkan ke pemesan.

Tabel 2. Perbandingan waktu pada proses bisnis saat ini dan proses bisnis usulan

Waktu	Proses Bisnis Saat Ini	Proses Bisnis Usulan
<i>Takt Time</i>	10,48 menit	10,48 menit
<i>Cycle Time</i>	14,47 menit	11,50 menit
<i>Queue Time</i>	04,28 menit	-

<i>Total</i>	3 jam 11 menit	1 jam 29 menit
--------------	----------------	----------------

Tabel 3. Perbandingan completed task pada proses bisnis saat ini dan proses bisnis usulan

	Task Created	Task Completed
Proses Bisnis Saat Ini	50	32
Proses Bisnis Usulan	50	43

Pada tabel 2 menunjukkan waktu proses bisnis transaksi pembelian mengalami penurunan. Penurunan jumlah waktu menunjukkan bahwa proses bisnis pembelian usulan lebih cepat dari proses bisnis pemberian label harga saat ini. Pada Tabel 3 terlihat peningkatan jumlah completed task pada bisnis usulan. Siklus waktu yang lebih cepat mempengaruhi proses penyelesaian task. Dari data simulasi juga terdapat penurunan utilization terhadap divisi penjualan dan keuangan maupun bagian gudang, karena sebagian besar proses diambil alih oleh sistem, sehingga dapat disimpulkan pekerjaan para actor bisnis menjadi lebih ringan dalam proses bisnis yang diusulkan.

KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Alur proses bisnis yang tersistematik sangatlah penting untuk perusahaan berkembang seperti PT. Sasa Inti Minsel, karena dengan adanya proses bisnis tersistematik semua kegiatan proses bisnis perusahaan yang sesuai pada alur akan lebih efektif dan efisien sehingga PT. Sasa Inti Minsel dapat mencapai tujuan perusahaan.
2. Melalui metode Business Process Improvement yang diterapkan pada penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa, proses bisnis penjualan pada PT. Sasa Inti Minsel belum optimal dikarenakan proses yang masih mengandalkan sistem konvensional. Proses bisnis transaksi penjualan saat ini membutuhkan waktu 3 jam 11 menit, dengan permasalahan pada eksekusi proses pengecekan stok barang dan alur pembayaran yang hanya menerima pembayaran dalam bentuk tunai atau transaksi secara langsung. Proses bisnis usulan setelah dilakukan evaluasi Business Process Improvement (BPI), menghasilkan proses bisnis transaksi penjualan usulan lebih cepat. Proses ini hanya memakan waktu 1 jam 29 menit. Hal ini menjadikan proses pendistribusian santan menjadi lebih cepat dan optimal.

Saran

1. Pada proses bisnis usulan terdapat perubahan secara alur proses bisnis, perubahan alat, dan juga standarisasi. Namun peneliti hanya memperbaiki proses bisnis kritis pada PT. Sasa Inti Minsel, sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat membuat BPI pada bisnis proses yang lain sehingga semakin banyak data untuk memperbaiki PT. Sasa Inti Minsel menjadi lebih baik
2. Selain perbaikan proses bisnis menggunakan metode Business Process Improvement (BPI), dalam penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain. Hasil dari

perbaikan menggunakan metode lain selain BPI nantinya dapat dibandingkan dengan perbaikan proses bisnis menggunakan metode BPI, sehingga nantinya akan dapat mengetahui metode apa yang lebih cocok untuk perbaikan proses bisnis di PT. Sasa Inti Minsel.

DAFTAR PUSTAKA

- Belanger, F., & Van Slyke, C. (2011). *Information systems for business: an experiential approach*. John Wiley & Sons.
- Fathurrochman, I., Endang, E., Bastian, D., Ameliya, M., & Suryani, A. (2021). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Nilai Jual Madrasah Aliyah Riyadus Sholihin Musirawas. *Jurnal Isema: Islamic Educational Management*, 6(1), 1-12.
- Harmon, P. (2014). *Business Process Change: A Business Process Management Guide for Managers and Process Professionals*. Waltham : Elseiver, 2014.
- Harrington HJ. (1991). *Business Process Improvement: The Breakthrough Strategy for Total Quality, Productivity, and Competitiveness*. New York: McGraw-Hil
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., & Waris, A. (2019). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 3, pp. 1652-1660).
- McLeod Jr, R., & Rogers, J. (1982). Marketing information systems: uses in the Fortune 500. *California Management Review*, 25(1), 106-118.
- Olson, D. L. (2014). *Information systems project management*. Business Expert Press.
- Sudiarti, S. (2019). Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website dalam Meningkatkan Pembelian Kerajinan Anyaman di Cv Binangkit Kabupaten Tasikmalaya. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 130-140.
- Sugesti, E. (2018). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran dan Strategi Penjualan terhadap Persaingan Penjualan Produk PT. Bank Agris, tbk Medan. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 3(2).
- Supit, M. A., Pratasik, S., Kainde, Q. C., & Kumajas, S. (2021). PEMODELAN PROSES BISNIS DENGAN BUSINESS PROCESS MANAGEMENT NOTATION PADA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI MANADO. *EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 1(6), 630-640.
- Wulandari, S. A. (2019). *Optimalisasi Keuntungan Dalam Inovasi Bisnis Model dengan Menggunakan Linear Programming Metode Simpleks* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).