

INTISARI

Perusahaan menghadapi tingkat kompetisi yang tinggi dalam beroperasi. Strategi yang bisa diterapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan daya saing dan meningkatkan efektivitas pemasaran adalah dengan penerapan sistem informasi pemasaran. PT Mead Johnson Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak di industri susu bubuk formula sebagai penyedia merek susu bubuk formula. Dengan semakin ketatnya persaingan di industri susu bubuk formula, diperlukan sebuah sistem informasi pemasaran yang efektif untuk membuat proses pemasaran menjadi lebih optimal.

Penerapan sistem informasi pemasaran ini dilakukan dengan mengacu pada komponen-komponen sistem informasi pemasaran yang terdiri atas tiga elemen implementasi, yaitu manajemen pemasaran, proses pengolahan informasi, dan lingkungan pemasaran (Kotler dan Armstrong, 2014: 99). Proses sistem informasi pemasaran meliputi proses pengolahan data internal dan eksternal dari perusahaan, distribusi informasi, dan pembuatan strategi pemasaran. Penelitian ini memfokuskan pada upaya penerapan ketiga komponen sistem informasi pemasaran dalam rangka pembuatan strategi pemasaran yang efektif.

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara terhadap penerapan ketiga komponen sistem informasi pemasaran melalui enam narasumber, yang terdiri atas manajer dan kepala seksi. Keenam narasumber ini terlibat langsung dalam proses sistem informasi pemasaran dan memiliki pengetahuan dan pemahaman terhadap penerapan komponen sistem informasi pemasaran. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan semi terstruktur tentang penerapan sistem informasi pemasaran melalui tiga komponen sistem informasi pemasaran. Hasil wawancara dianalisis secara deskriptif untuk mendapatkan informasi aktual tentang penerapan sistem informasi pemasaran di PT Mead Johnson Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap keenam narasumber, terdapat kesimpulan bahwa perusahaan mencoba menerapkan sistem informasi pemasaran dengan baik. Dari sisi manajemen pemasaran, perusahaan bisa meningkatkan efektivitas dari proses manajemen pemasaran dengan runut dan tercatat dengan baik. Lalu, perusahaan mempunyai berbagai sumber data internal dan eksternal yang diukur dan dianalisis dengan sistematis dan terstruktur dan didistribusikan dengan baik. Selain itu, PT Mead Johnson Indonesia juga melakukan sistem informasi pemasaran dengan memperhatikan lingkungan pemasaran.

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, disarankan kepada PT Mead Johnson Indonesia untuk lebih berkomitmen dalam penerapan sistem informasi pemasaran saat ini melalui penerapan ketiga komponen sistem informasi pemasaran secara menyeluruh.

Kata Kunci : sistem informasi pemasaran, manajemen pemasaran, data internal, data eksternal, lingkungan pemasaran.

ABSTRACT

Companies face high competition in doing operation. One of strategies that can be implemented by company to increase competitive advantage and marketing effectiveness is by applying marketing information system. PT Mead Johnson Indonesia is one of companies engaged in powder milk industry. With high competition, the company needs effective marketing information system in order to optimize marketing process.

Marketing information system implementation refers to three components: marketing management, information assessment process, and marketing environment (Kotler and Armstrong, 2014: 99). Marketing information system covers assessment and measurement of internal and external data, information distribution, and experimenting marketing strategy. This research focused on implementation of three marketing information system components in order to formulate effective marketing strategies.

This research was conducted by doing interview on three components implementation through six respondents, namely managers and head of section. Six respondents are involved in marketing information system and have knowledge and understanding toward three components implementation. Interviews conducted with semi structured questions regarding marketing information system implementation through three components. Interview results are analysed with descriptive method to obtain actual information about implementation of marketing information system in PT Mead Johnson Indonesia.

Based on the interview results with six respondents, the research showed that the company has tried to implement marketing information system well. From marketing management perspective, company is able to increase marketing management effectively by recording data historically. Then, company has access various internal and external data that measured and analyzed structured and systematically, and distributed well. Moreover, PT Mead Johnson Indonesia also implements marketing information system in regards to marketing environment.

Based on the research and discussion, writer can conclude suggestion to PT Mead Johnson Indonesia has commitment in implementing marketing information system by applying three components thoroughly.

Keywords : *marketing information system, marketing management, internal data, external data, marketing environment.*