



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Rancangan Sistem Informasi Penjualan & Pemasaran di PT. X

Skripsi

Oleh

Vincencia Lourine

2017320034

Bandung

2021



Universitas Katolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Rancangan Sistem Informasi Penjualan & Pemasaran di PT. X

Skripsi

Oleh

Vincencia Lourine

2017320034

Pembimbing

Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil

Bandung

2021

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Vincencia Lourine
Nomor Pokok : 2017320034
Judul : Rancangan Sistem Informasi Penjualan & Pemasaran di PT. X

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Jumat, 15 Januari 2021
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji

Ketua sidang merangkap anggota

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si.

: 19 Januari 2021

Sekretaris

Dr. Agus Gunawan,
S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil

:

Anggota

Angela Caroline, S.AB., MM.

:

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Vincencia Lourine

NPM : 2017320034

Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Rancangan Sistem Informasi Penjualan dan Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 11 Januari 2021



Vincencia Lourine

ABSTRAK

Nama : Vincencia Lourine

NPM : 2017320034

Judul : Rancangan Sistem Informasi Penjualan & Pemasaran di PT. X

Perusahaan terus mengalami peningkatan penjualan dikarenakan PT. X melakukan perluasan *scope* bisnis. Karena hal itu maka PT. X menambah jumlah pegawai dan jumlah mesin untuk mengimbangi peningkatan penjualan tersebut. Dengan melakukan investasi tersebut, akan timbul banyak kegiatan baru dan membutuhkan sistem kontrol yang lebih mendukung agar nantinya dapat memonitor, mengevaluasi kinerja, dan menghasilkan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan. Untuk dapat meyakinkan hal tersebut, maka teridentifikasi dibutuhkan sistem *Revenue Cycle* yang lebih mendukung dan sistem *Research & Monitoring Revenue Cycle Event* yang akan mendukung sistem *Revenue Cycle*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dan Studi Kasus dengan mendapatkan data melalui wawancara kepada pegawai di PT. X dan pihak yang mengetahui mengenai hal-hal terkait penelitian ini. Data-data tersebut akan dianalisa dengan menggunakan *Business Process Model and Notation (BPMN)*.

BPMN dalam penelitian ini mencakup proses *Terima Order, Review Order Marketplace, Review Order Non Marketplace, Pembuatan Sales Order, Pengecekan Pembayaran, Follow Up Sales Order, Menyiapkan Barang, Mengirimkan Barang, Penagihan, Analisa Tipe Pembeli Komitmen atau Tidak, Analisa Rencana yang Sudah Direncanakan Tapi Belum Dilaksanakan, Analisa Peristiwa yang Tidak Direncanakan, dan Evaluasi Pelanggan* oleh *Sales & Marketing Manager*. Dari proses bisnis yang terjadi dalam perusahaan terdapat dua jenis sistem yang masuk ke dalam *Revenue Cycle* yaitu *Enterprise Resource Planning (ERP)* yang mencakup seluruh aktivitas Akuntansi dan Keuangan, serta *Knowledge Work System (KWS)* yang mencakup seluruh aktivitas non-Akuntansi tetapi diperlukan untuk pengambilan keputusan dan pengendalian. Contoh dari KWS adalah dengan adanya list konsumen berkomitmen, maka Sales Person dapat menghubungi konsumen berkomitmen tersebut jika terdapat perubahan dalam perencanaan produksi sehingga dapat dilakukan negosiasi ulang.

Kata kunci : *revenue cycle, research & monitoring, BPMN, proses bisnis*

ABSTRACT

Nama : Vincencia Lourine

NPM : 2017320034

Judul : *Design of Sales & Marketing Information System in PT. X*

The company continues to experience an increase in sales due to PT. X expanded the scope of business. Because of this, PT. X increased the number of employees and the number of machines to offset the increase in sales. By making this investment, many new activities will arise and require a more supportive control system so that later it can monitoring, evaluate performance, and produce information as a basis for decision making. To ensure this, a more supportive Revenue Cycle system is needed, and a Research & Monitoring Revenue Cycle Event system that will support the Revenue Cycle system.

This study uses a qualitative approach and case studies by obtaining data through interviews with employees at PT. X and parties who know about matters related to this research. These data will be analyzed using Business Process Model and Notation (BPMN).

BPMN in this study includes the process of Receiving Orders, Review of Marketplace Orders, Review of Non-Marketplace Orders, Making Sales Orders, Checking Payments, Follow Up Sales Orders, Preparing Goods, Sending Goods, Billing, Analysis of Type of Buyer Commitment or Not, Analysis of Planned Plans. But not yet Implemented, Unplanned Event Analysis, and Customer Evaluation by Sales & Marketing Manager. From the business processes that occur in the company, there are two types of systems that are included in the Revenue Cycle, namely ERP which covers all accounting and finance activities, and Knowledge Work System (KWS) which includes all non-accounting activities but is required for decision making and control. An example of KWS is that with a list of committed consumers, the Sales Person can contact the committed customer if there is a change in production planning so that it can be renegotiated.

Keywords: revenue cycle, research & monitoring, BPMN, business process

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat dan kebaikan-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Rancangan Sistem Informasi Penjualan & Pemasaran di PT. X” dengan baik dan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis menyadari dalam proses penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat dilakukan tanpa doa, bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, yaitu kepada :

1. Dr. Agus Gunawan, S.Sos.,B.App.Com.,MBA.,M.Phil, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar telah menyediakan waktu, pikiran, tenaga, motivasi, dan arahan dalam penelitian skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan bapak yang dengan sabar menghadapi kekurangan penulis.
2. Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Katolik Parahyangan.
3. Pemilik serta staf divisi Sales & Marketing PT. X yang mau berbagi ilmu dan meluangkan waktu dalam proses pengumpulan data
4. Asdi Aulia Athuri, SE, M.Buss.Acc., Ak. yang mau berbagi ilmu, meluangkan waktu, dan memberi motivasi kepada penulis.
5. Segenap dosen Ilmu Administrasi Bisnis yang sudah memberikan ilmu selama penulis menuntut ilmu di jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Katolik Parahyangan.
6. Papi, Mami, Cici, Vinsen, Baileys yang selalu menemani, memberikan semangat, doa, hiburan, dan kasih sayang kepada penulis.

7. Keluarga besar penulis yang telah memberikan motivasi, dukungan, semangat, dan doa agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dan mendapatkan pendidikan yang terbaik.
8. Rio yang selalu menyemangati, memotivasi, memberi dukungan dan meluangkan waktu kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
9. Novi dan Uni selaku sahabat dan teman seperjuangan dalam mengerjakan skripsi ini yang telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran, memberi dukungan, semangat, motivasi, dan hiburan sehingga skripsi ini dapat selesai dengan tepat waktu.
10. Vanessa, Ivanna, Ferren, dan teman-teman grup “UNKNOWN” selaku sahabat yang selalu menyemangati selama proses penyelesaian skripsi ini
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas doa, dukungan, dan hiburannya.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmat-Nya kepada semua pihak yang banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih memiliki banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, bagi para pembaca, dan bagi penulis sendiri.

Bandung, 11 Januari 2021

Penulis,

Vincencia Lourine

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	1
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Kerangka Pemikiran	7
BAB 2 KERANGKA TEORI.....	8
2.1 Definisi Sistem Informasi	8
2.1.2 Definisi Sistem Informasi Manajemen	9
2.1.3 Definisi Sistem Pengolahan Transaksi	10
2.1.4 Definisi Sistem Pengendalian Manajemen	11

2.2	Definisi Revenue Cycle	12
2.3	Definisi Riset Pasar.....	13
2.3.1	Definisi Market Segmenting	14
2.3.2	Definisi Market Targeting.....	16
2.3.3	Definisi Market <i>Positioning</i>	17
2.4	Definisi Perencanaan Pemasaran.....	18
BAB 3 METODE PENELITIAN		20
3.1	Jenis Penelitian	20
3.2	Metode Penelitian	21
3.2.1	Studi Kasus.....	21
3.3	Teknik Pengumpulan Data	22
3.3.1	Observasi.....	22
3.3.2	Wawancara	22
3.3.3	Focus Group Discussion	23
3.4	Sumber Data.....	23
3.4.1	Data Primer	23
3.4.2	Data Sekunder	24
3.5	Teknik Analisa Data	24

BAB 4 OBJEK PENELITIAN	27
4.1 Profil Perusahaan	27
4.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	28
4.2.1 Visi Perusahaan	28
4.2.2 Misi Perusahaan.....	28
4.3 Struktur Organisasi	28
4.4 Peran Masing-Masing Jabatan.....	29
BAB 5 PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	39
5.1 BPMN Level 0.....	39
5.2 BPMN Terima Order	39
5.2.1 BPMN yang Sedang Terjadi	39
5.2.2 BPMN yang Disarankan	44
5.2.3 KWS.....	45
5.2.4 Evaluasi.....	46
5.3 BPMN Review Order Non Marketplace.....	47
5.3.1 BPMN yang Sedang Terjadi	48
5.3.2 BPMN yang Disarankan	50
5.4 BPMN Review Order Marketplace	50

5.4.1	BPMN yang Sedang Terjadi	50
5.4.2	BPMN yang Disarankan	51
5.4.3	Evaluasi.....	52
5.5	BPMN Pembuatan Sales Order	53
5.5.1	BPMN yang Sedang Terjadi	53
5.5.2	BPMN yang Disarankan	55
5.6	BPMN Pengecekan Pembayaran.....	55
5.6.1	BPMN yang Sedang Terjadi	55
5.6.2	BPMN yang Disarankan	57
5.6.3	Evaluasi.....	58
5.7	BPMN Follow Up Sales Order.....	59
5.7.1	BPMN yang Sedang Terjadi	59
5.7.2	BPMN yang Disarankan	60
5.8	BPMN Menyiapkan Barang	60
5.8.1	BPMN yang Sedang Terjadi	61
5.8.2	BPMN yang Disarankan	62
5.9	BPMN Mengirimkan Barang	62
5.9.1	BPMN yang Sedang Terjadi	62

5.9.2	BPMN yang Disarankan	64
5.10	BPMN Penagihan.....	64
5.10.1	BPMN yang Sedang Terjadi	64
5.10.2	BPMN yang Disarankan	66
5.11	BPMN Analisa Tipe Pelanggan Komitmen atau Tidak	66
5.11.1	BPMN yang Sedang Terjadi	66
5.11.2	BPMN yang Disarankan	67
5.11.3	Evaluasi.....	72
5.12	BPMN Analisa Rencana yang Sudah Direncanakan Tapi Belum Dilaksanakan	75
5.12.1	BPMN yang Sedang Terjadi	75
5.12.2	BPMN yang Disarankan	77
5.12.3	Evaluasi.....	79
5.13	BPMN Analisa Peristiwa yang Tidak Direncanakan	80
5.13.1	BPMN yang Sedang Terjadi	80
5.13.2	BPMN yang Disarankan	81
5.13.3	Evaluasi.....	83
5.14	BPMN Evaluasi Pelanggan oleh <i>Sales & Marketing Manager</i>	84

5.14.1	BPMN yang Sedang Terjadi	84
5.14.2	BPMN yang Disarankan	85
5.14.3	Evaluasi.....	89
5.15	Kegiatan Riset.....	90
5.15.1	Kegiatan yang Terjadi.....	90
5.15.2	Untuk Kebutuhan KWS	91
BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN		92
6.1	Kesimpulan.....	92
6.2	Saran	94
DAFTAR PUSTAKA		96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>Business Challenges Bundle</i>	5
Gambar 3. 1 Elemen dalam BPMN	25
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Divisi Marketing & Sales PT. X.....	29
Gambar 5. 1 Pemetaan Level 0 Proses Bisnis PT. X.....	39
Gambar 5. 2 Pemetaan Proses Penerimaan Order	40
Gambar 5. 3 Pemetaan Proses Pengalihan Konsumen yang Ingin Membeli Dengan Harga Grosir Kepada <i>Sales Person</i>	42
Gambar 5. 4 Lanjutan Pemetaan Proses Terima Order Setelah Dialihkan Dari Marketing Admin.....	44
Gambar 5. 5 Pemetaan Proses Penerimaan Order yang Disarankan	44
Gambar 5. 6 Proses Dealing Melakukan Pesanan	45
Gambar 5. 7 Pemetaan Proses Review Order B2B dan B2C Non Marketplace	48
Gambar 5. 8 Pemetaan Proses Review Order B2C Marketplace	50
Gambar 5. 9 Pemetaan Proses Review Order B2C Marketplace yang Disarankan ...	51
Gambar 5. 10 Pemetaan Proses Pembuatan Sales Order	54
Gambar 5. 11 Pemetaan Proses Pengecekan Pembayaran	55
Gambar 5. 12 Pemetaan Proses Faktur Pelunasan.....	57
Gambar 5. 13 Pemetaan Proses Follow Up Sales Order.....	59
Gambar 5. 14 Pemetaan Proses Menyiapkan Barang	61
Gambar 5. 15 Pemetaan Proses Mengirimkan Barang	63

Gambar 5. 16 Pemetaan Proses Penagihan	65
Gambar 5. 17 Pemetaan Proses Sebelum Terjadinya Analisa Tipe Pelanggan Komitmen atau Tidak	67
Gambar 5. 18 Pemetaan Proses Analisa Tipe Pelanggan Komitmen atau Tidak	69
Gambar 5. 19 Pemetaan Proses Analisa Tipe Pelanggan Komitmen atau Tidak	70
Gambar 5. 20 Rancangan Tampilan Untuk KWS Laporan <i>Sales Person</i>	73
Gambar 5. 21 Rancangan Tampilan Untuk KWS Pelanggan Komitmen	74
Gambar 5. 22 Dashboard Rencana Kegiatan Bagian Sales & Marketing PT. X.....	76
Gambar 5. 23 Pemetaan Proses Analisa Rencana yang Sudah Direncanakan Tapi Belum Dilaksanakan	78
Gambar 5. 24 Pemetaan Proses Analisa Peristiwa yang Tidak Direncanakan.....	81
Gambar 5. 25 Pemetaan Proses Evaluasi Pelanggan oleh <i>Sales & Marketing Manager</i>	85

DAFTAR TABEL

Tabel 5. 1 Kategorisasi Pelanggan dan Strateginya.....	87
Tabel 5. 2 Penentuan Kelompok Pelanggan.....	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada masa pandemic ini, keadaan ekonomi terkena dampak yang cukup signifikan karena banyaknya perusahaan yang mengurangi jumlah pegawai dan banyak perusahaan-perusahaan yang bangkrut. Seperti disebutkan oleh (Tristiawati, 2020) bahwa terdapat 13 perusahaan di Tangerang yang bangkrut dan mem-PHK ribuan karyawannya. Tetapi tidak dengan PT. X. Di masa pandemic ini, PT. X mengembangkan scope bisnis dengan melakukan perekrutan pegawai (dari 500 pegawai menjadi 700 pegawai) serta penambahan mesin. Hal tersebut dilakukan karena PT. X menciptakan Masker dan Baju Sehari-hari Anti Virus yang memiliki harga terjangkau dan dapat melindungi masyarakat dengan melihat adanya peluang kebutuhan atribut kesehatan di masyarakat.

PT. X merupakan perusahaan yang bergerak di industri manufaktur. Perusahaan ini awalnya bergerak di bidang pancing dengan hasil produk benang pancing lalu merambat ke produk apparel. Perusahaan ini resmi berdiri pada tahun 2006. Walaupun telah berdiri selama 14 tahun, PT. X tidak luput dari tantangan. Pada dasarnya, PT. X melakukan kegiatan produksi untuk lokal dan ekspor. Tantangan tersebut menyebabkan salah satunya adalah koordinasi antara departemen (departemen

penjualan dengan bagian ekspor, departemen penjualan dengan bagian lokal, departemen penjualan dengan bagian gudang, dan departemen penjualan dengan bagian produksi). Koordinasi ini sangat diperlukan untuk menentukan produk yang harus dijadikan prioritas dan untuk itu diperlukan adanya informasi terbaru yang mendetail melalui *revenue cycle*, dengan melihat trend sekarang dan kedepan untuk melihat produk yang sedang banyak dicari atau diminati. Dari hal tersebut, muncullah data mengenai trend kedepan yang ditunjang dengan *Transaction Processing System (TPS)* dan pengolahan data agar dapat menjadi *Management Information System (MIS)* yang berguna sebagai monitor dan mengontrol dasar pengambilan keputusan dari koordinasi antar departemen.

Maka dari itu, dibutuhkan yang namanya Sistem Informasi Manajemen untuk *revenue cycle* sebagai dasar dalam mengontrol dan menganalisa rencana serta kegiatan staf *Sales & Marketing*, memutuskan produk mana yang harus dijadikan prioritas antara produksi ekspor dan lokal dari koordinasi antar departemen, memutuskan konsumen mana yang harus dijadikan sebagai prioritas melalui analisis kelompok pembeli, memutuskan pengambilan keputusan dari sebuah hasil analisa. Maka dari itu, peneliti hendak melakukan penelitian dengan judul Rancangan Sistem Informasi Penjualan & Pemasaran di PT. X.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam mengidentifikasi masalah yang diteliti, penulis menggunakan metode *Business Challenges Bundle* (Gunawan, 2010). Metode ini akan menjadi alat bantu

dalam mengidentifikasi masalah dalam koordinasi antar departemen dan fungsi *monitoring*.

Dalam *Business Challenges Bundle* terdapat empat aturan untuk memilih tantangan bisnis yang tepat, yaitu:

1. (R1) memilih tantangan bisnis yang dekat dengan akar masalah atau merupakan akar masalah dari bisnis tersebut
2. (R2) memilih tantangan bisnis yang dapat diubah
3. (R3) memilih tantangan bisnis yang memerlukan penelitian
4. (R4) memilih jumlah yang wajar dari tantangan bisnis

Dalam mencapai tujuan perusahaan untuk meningkatkan penjualan (P10) karena adanya pengembangan *scope* bisnis, maka perusahaan membutuhkan jumlah pembeli yang meningkat (P9). Untuk mengatasi peningkatan pembeli maka PT. X mengimbangnya dengan meningkatkan jumlah pegawai dari jumlah 500 pegawai menjadi 700 pegawai (P7), dan menambah jumlah mesin agar proses produksi dapat mengimbangi pesanan (P8).

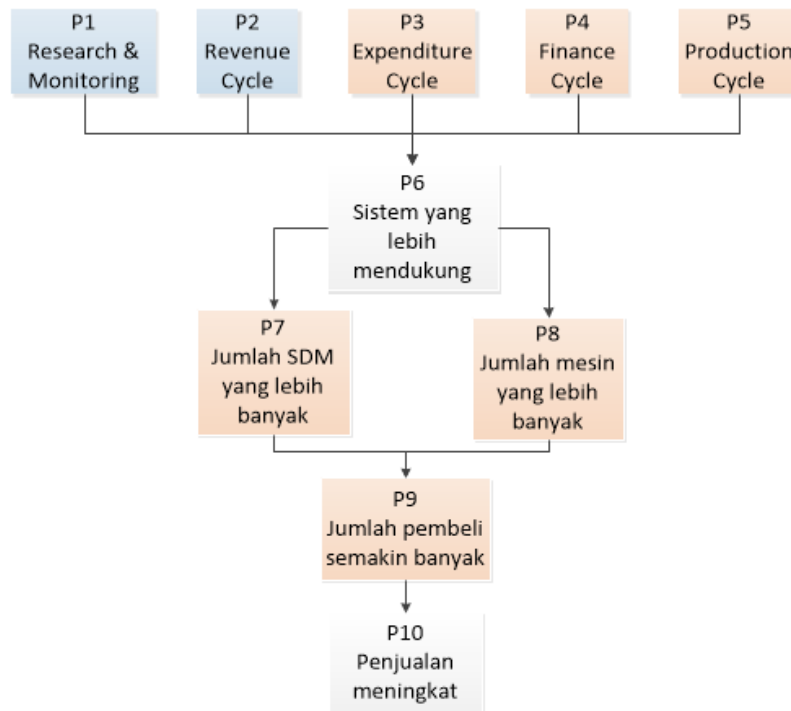
Namun perubahan dengan adanya penambahan dalam kedua hal tersebut, membuat koordinasi antar departemen dalam PT. X menjadi lebih tersusun dan terkendali melalui sistem yang lebih mendukung (P6) untuk dapat memonitoring, mengevaluasi kinerja, dan menghasilkan informasi sebagai dasar pengambilan keputusan. Sistem yang berjalan di PT.X adalah *Production Cycle* (P5), *Finance Cycle*

(P4), *Expenditure Cycle* (P3), dan *Revenue cycle* (P2). Dari keempat sistem tersebut, sistem *Revenue Cycle* adalah hal yang paling mendekati dari penelitian ini. Selain itu menurut aturan (R4) dimana harus memilih jumlah yang wajar dari tantangan bisnis maka ketiga sistem lain tidak akan diteliti.

Sistem *Revenue Cycle* ini akan dibantu dengan sistem *Research & Monitoring* yang berfungsi sebagai alat bantu untuk pengambilan keputusan, menganalisa rencana dan kegiatan dari staf *Sales & Marketing*, memutuskan produk mana yang harus dijadikan prioritas antara produksi ekspor dan lokal dari koordinasi antar departemen, memutuskan konsumen mana yang harus dijadikan sebagai prioritas melalui analisa kelompok pembeli, memutuskan pengambilan keputusan dari sebuah hasil analisa.

Dengan identifikasi masalah yang dilakukan maka penelitian ini akan mencoba untuk fokus dalam merancang sebuah sistem informasi untuk meningkatkan penjualan (P10) dengan menggunakan sistem yang lebih mendukung (P6) yaitu sistem *Revenue Cycle* (P2) yang dibantu dengan sistem *Research & Monitoring* (P1). Keuntungan yang didapatkan PT. X dengan menerapkan sistem *Research & Monitoring* adalah dengan teramatinya proses pengerjaan tugas yang dilakukan oleh staf *Sales & Marketing* dengan lebih sistematis. Tugas yang telah selesai juga secara rutin tersimpan di sistem dengan lebih tersusun sehingga memudahkan *Sales Analyst* dalam memeriksa dan menganalisa, serta memudahkan *Sales & Marketing Manager* dalam mengevaluasi dan membuat keputusan.

Jadi, rumusan masalah dari identifikasi diatas adalah bagaimana hubungan sistem *research & monitoring* dengan sistem *revenue cycle* dalam mengumpulkan dan menyediakan data atau informasi untuk mendukung terjadinya peningkatan penjualan?



Gambar 1. 1 *Business Challenges Bundle*

Keterangan:



1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan identifikasi masalah, penulis mengidentifikasi beberapa tujuan dari penelitian, yaitu:

1. Mengetahui proses bisnis yang dilakukan oleh PT. X pada saat ini
2. Memberikan usul rancangan sistem penjualan dan pemasaran untuk meningkatkan fungsi *controlling* dan *monitoring* antar departemen.
3. Menjelaskan sistem yang dapat membantu memetakan setiap proses yang terjadi dalam *revenue cycle*.
4. Mengetahui tanggapan PT.X terkait perancangan sistem *monitoring* yang diusulkan.

1.4 Manfaat Penelitian

- Bagi penulis, penulis mendapat manfaat wawasan mengenai proses penjualan dan pemasaran yang dilakukan oleh PT. X.
- Bagi perusahaan, perusahaan mendapat manfaat dari informasi mengenai rancangan sistem penjualan dan pemasaran yang sebaiknya diterapkan.
- Bagi pembaca, penelitian ini dapat digunakan untuk meneliti masalah serupa atau dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dalam perusahaan yang serupa.

1.5 Kerangka Pemikiran

- Pada Bab I, menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan
- Pada Bab II, menjelaskan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian terhadap PT. X
- Pada Bab III, menjelaskan mengenai metode penelitian, jenis penelitian, dan teknik pengumpulan data yang digunakan
- Pada Bab IV, menjelaskan mengenai sejarah perusahaan, profil perusahaan, visi misi perusahaan, struktur organisasi, dan peran masing-masing jabatan
- Pada Bab V, menjelaskan mengenai hasil wawancara dan pembahasan rancangan sistem yang diusulkan
- Pada Bab VI, menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran bagi PT. X