

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

PT Berdikari Jaya Bersama merupakan perusahaan yang bergerak di bidang energi. PT Berdikari Jaya Bersama memproduksi produk berupa minyak solar HSD. Target konsumen mereka adalah perusahaan yang menggunakan bahan bakar solar HSD dalam kegiatan operasionalnya. Produksi PT Berdikari Jaya Bersama berlokasi di Kota Probolinggo, tapi untuk kegiatan pemasaran, PT Berdikari Jaya Bersama memiliki kantor cabang di Kota Surabaya. Di kantor pemasaran, terdapat beberapa jabatan karyawan seperti kepala cabang, IT, *finance*, *collection*, operasional dan telemarketing. Telemarketing adalah seorang yang memasarkan produk melalui jaringan telepon. Alur tugasnya dimulai dengan mencari data profil *customer* di Internet, kemudian menghubungi melalui telepon untuk menawarkan produk perusahaan. Konsep pemasaran melalui telemarketing ini cukup efektif bagi perusahaan, karena dapat dengan mudah memperoleh banyak calon *customer*. PT Berdikari Jaya Bersama saat ini memiliki 10 orang telemarketing. Sistem gaji telemarketing berdasarkan pada hasil penjualan masing-masing. Jika hasil penjualannya tinggi, maka komisi yang didapatkan juga akan tinggi.

Seiring berjalannya waktu, tentu ada banyak data calon *customer* yang telah dihubungi oleh telemarketing perusahaan. Dengan banyaknya data tersebut, dibutuhkan manajemen data yang sangat detail, baik itu terkait progress penawaran, identitas *customer*, atau hasil penjualan. Selain itu, seorang telemarketing juga harus mendapatkan informasi sebelum menawarkan produk kepada calon *customer*, apakah calon *customer* tersebut telah dipegang oleh telemarketing lainnya atau belum. Masalah akan timbul jika satu data calon *customer* dipegang oleh dua atau lebih telemarketing. Ketika *customer* ingin melakukan pembelian, akan membingungkan untuk menentukan siapa telemarketing yang berhak atas nilai penjualan tersebut. Kemudian terkait data penjualan juga harus diolah dengan baik dan rapi, hal ini guna memudahkan *collection* dalam memantau tagihan tiap *customer*.

PT Berdikari Jaya Bersama menginginkan sebuah solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut, yaitu perlu dikembangkan sebuah sistem untuk manajemen keseluruhan data telemarketing di kantor pemasaran. Pada saat kegiatan Tugas Khusus, penulis berencana membuat proyek “SISTEM MANAJEMEN DATA MARKETING DI PT BERDIKARI JAYA BERSAMA”. Sistem ini terdiri dari manajemen data perusahaan, data penawaran, data *purchase order*, aktivitas sales, dan statistik sales.

Dengan pembuatan sistem tersebut, penulis berharap bisa memudahkan pekerjaan yang ada di PT Berdikari Jaya Bersama. Karena data yang dimanajemen dengan baik tentu akan membuat karyawan perusahaan dapat bekerja lebih efektif dan efisien. Serta meminimalisir resiko kesalahan dalam pekerjaan.

1.2. Materi Tugas Khusus

Berdasarkan latar belakang diatas, materi tugas khusus yang dilakukan adalah membuat fitur manajemen data perusahaan, data penawaran, data *purchase order*, aktivitas sales, dan statistik sales. Untuk merancang sistem tersebut, materi yang dibutuhkan antara lain :

- a. Membuat *database* sistem : MySQL, PhpMyAdmin
- b. Merancang sistem : HTML, AdminLTE, PHP, Framework Yii2

1.3. Waktu dan Tempat Tugas Khusus

Kerja praktek ini dilaksanakan selama 2 (dua) bulan yaitu pada :

Tanggal : 1 Mei 2022 – 30 Juni 2022

Tempat : PT Berdikari Jaya Bersama

Alamat : Ruko Nirwana Regency RK-69, Jl. Raya Kendalsari, Penjaringan Sari, Kec. Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur 60297

1.4. Tujuan Tugas Khusus

Tujuan dari tugas khusus ini adalah untuk membangun sebuah sistem yang mampu memudahkan pekerjaan dalam manajemen data *customer*, data penawaran, data *purchase order*, aktivitas sales dan statistik sales di kantor pemasaran PT Berdikari Jaya Bersama.

1.5. Batasan Tugas Khusus

Agar sistem mampu mencapai tujuannya maka harus mampu mengatasi masalah-masalah yang terjadi/yang ditimbulkan, oleh karena itu ruang lingkup masalah sistem manajemen data marketing di PT Berdikari Jaya Bersama terfokus pada :

1. Penerapan sistem manajemen marketing PT Berdikari Jaya Bersama diimplementasikan pada kantor cabang pemasaran Surabaya. Dengan demikian, maka data/informasi yang dibutuhkan berupa data marketing yang terdapat pada kantor cabang tersebut.
2. Sistem meliputi identitas *customer*, hasil telepon, penawaran, dan hasil penjualan. Tidak mencakup keseluruhan operasional kantor seperti progress kunjungan, kebijakan pengiriman solar, atau penghitungan komisi telemarketing.
3. Sistem dirancang dengan 3 (tiga) tipe *user* yaitu :
 - a. Admin yaitu orang yang mempunyai akses khusus untuk mengelola sistem dan memodifikasi sistem. *User* admin dipegang oleh karyawan dengan jabatan IT. *User* admin dapat menambahkan, mengubah, dan menghapus keseluruhan data sistem.
 - b. Marketing yaitu orang yang mempunyai akses untuk mengelola data *customernya* masing-masing. *User* ini dipegang oleh karyawan dengan jabatan telemarketing. *User* marketing dapat menambahkan data *customer*, hasil telepon, data penawaran, dan *purchase order customer*. *User* ini hanya dapat melihat aktivitas dan statistik pekerjaannya sendiri.
 - c. Manajemen yaitu orang yang mempunyai akses untuk memantau dan memberikan persetujuan terkait pekerjaan telemarketing. *User* ini dipegang oleh karyawan dengan jabatan kepala cabang, *collection*, dan *finance*. Kepala cabang dapat memantau hasil pekerjaan telemarketing, *collection* dapat menyetujui permintaan *purchase order*, *finance* dapat melihat hasil penjualan tiap telemarketing untuk perhitungan komisi.

1.6. Manfaat Tugas Khusus

Manfaat yang diperoleh dari pengembangan sistem manajemen data marketing di PT. Berdikari Jaya Bersama adalah :

1. Membantu telemarketing dalam mengolah data *customernya*. Seperti menambahkan identitas *customer*, melihat riwayat hasil telepon, membuat penawaran dan *purchase order customer*.
2. Membantu IT dalam mengolah keseluruhan data pekerjaan kantor. Seperti memudahkan dalam pembuatan surat penawaran, mengatur perpindahan data *customer*, pembuatan laporan harian telemarketing, dan menyiapkan dokumen *purchase order*.
3. Memudahkan kepala cabang dalam memantau hasil pekerjaan marketing. Hal ini berguna dalam analisa terkait langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan agar penjualan dapat meningkat.
4. Membantu *collection* dalam menganalisa permintaan *purchase order customer* dan mengingat jatuh tempo pembayarannya.
5. Memudahkan *finance* untuk mendapatkan data rincian hasil penjualan masing-masing telemarketing.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika pada proposal tugas khusus ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, materi tugas khusus, tujuan tugas khusus, batasan tugas khusus, manfaat tugas khusus, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TEMPAT TUGAS KHUSUS

Pada bab ini menjelaskan secara singkat tempat kerja dilakukannya tugas khusus dan menjelaskan struktur organisasi tempat tugas khusus.

BAB 3 ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Pada bab ini dijelaskan tentang analisa dan perancangan sistem untuk membangun sistem yang dibuat.

BAB 4 IMPLEMENTASI DAN HASIL PENGUJIAN

Pada bab ini terdapat penjelasan *source code*, hasil pengujian sistem.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini akan dipaparkan kesimpulan dan saran dari hasil tugas khusus ini.

DAFTAR PUSTAKA

Pada bab ini terdapat semua referensi-referensi yang telah didapat dari buku, jurnal, Internet, dan lain sebagainya.

