

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sejalan dengan adanya perkembangan tehnologi pada saat ini, perlu adanya perubahan-perubahan di dalam suatu sistem informasi dalam perusahaan.

Pada masa sekarang, Sistem Informasi telah mengubah cara perusahaan melakukan bisnis yang mengakibatkan banyak hal-hal baru terjadi dalam suatu organisasi. Hal ini dapat dilihat dari perubahan yang ada di sekitar kita, misalnya fasilitas *ATM* yang disediakan oleh perusahaan perbankan, fasilitas *CD-ROM* yang umumnya terdapat di perpustakaan, *scanner* yang terdapat di toko-toko swalayan, dan sebagainya. Ini menunjukkan bahwa peranan *SI* menjadi semakin meningkat mengikuti perkembangan teknologi.

Para manager selalu menggunakan informasi untuk melaksanakan tugas-tugas mereka, sehingga subyek manajemen informasi bukanlah suatu hal yang baru. Yang baru adalah kemudahan memperoleh informasi yang akurat dan mutakhir. Inovasi yang memungkinkan kemampuan adalah komputer elektronik. Organisasi menjadi sadar bahwa informasi adalah suatu sumber daya tersebut.

Untuk mendasari pelaksanaan manajemen perubahan secara strategis, perusahaan harus mengawali segala perencanaan dan aktivitas dengan terlebih dahulu membuka jendela masa depan, yaitu dengan menciptakan visi yang jelas dan terfokus. Visi ini selanjutnya menjadi pedoman dan pemberi arah perusahaan.

Manajemen perubahan harus ditinjau dari sudut pandang individu, yang merupakan jiwa dan otak perusahaan dan dari sudut pandang organisasi secara keseluruhan sebagai wadah dari sumber intelektual perusahaan. Selain itu, kesuksesan manajemen perubahan tidak lepas dari kehadiran pemimpin efektif, rasa percaya, keberanian, integritas, interdependensi, dan komunikasi interaktif.

Perubahan merupakan suatu proses yang menggambarkan pergerakan dari suatu kondisi atau posisi ke kondisi atau posisi yang baru. Harus diperhatikan bahwa dalam era informasi dan teknologi, saat segala sesuatu bergerak dengan cepat, perusahaan dituntut untuk selalu dinamis dan proaktif.

Pemakaian komputer dalam kehidupan kita telah sangat meluas dan memasyarakat. Tidak hanya terbatas dalam lingkungan kerja, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan alat-alat seperti *Automated Teller Machine-ATM*, sistem penerima dan perekam pesan telpon otomatis (*Voice Mail System*), pelayanan telpon konferensi (*Three Way Calling*), indikasi panggilan telpon ketika sedang menelpon (*Call Waiting*), penunjuk identitas penelpon (*Caller ID*), sistem pengereman anti selip (*Anti Lock Break*), penggunaan *bar code* telah sangat meluas. Alat-alat tersebut tidak mungkin tersedia tanpa perkembangan pesat teknologi.

Teknologi perangkat keras komputer berkembang dengan kecepatan yang makin tinggi. Dalam beberapa tahun saja perangkat keras komputer cenderung telah kadaluwarsa. Perkembangan ini memungkinkan berbagai aplikasi yang tidak mungkin sebelumnya. Perkembangan ini juga ditunjang dengan perkembangan teknik-teknik perangkat lunak. Pembuatan program aplikasi menjadi jauh lebih mudah dan cepat. Hal ini makin memperluas pemanfaatan komputer dalam masyarakat.

Dalam lingkungan perusahaan, komputer adalah alat bantu yang mutlak diperlukan. Tidak terbayangkan bagaimana berbagai perusahaan dapat tumbuh dan berkembang tanpa adanya komputer. Penerapan Sistem Informasi Manajemen menjadi kebutuhan yang mutlak dan dapat memberikan keunggulan kompetitif, sehingga mendapat prioritas yang tinggi.

Semua perkembangan ini baru dapat direalisasikan manfaatnya jika didukung dengan sumber daya manusia yang baik. Semakin lama telah semakin banyak tenaga terlatih yang dapat menggunakan komputer secara efektif. Sistem pendidikan memegang peranan terdepan dalam pembinaan sumber daya manusia.

1.2. Perumusan Masalah

Dengan adanya latar belakang tersebut di atas, dapat dihasilkan suatu perumusan masalah , yaitu bagaimanakah perbandingan tentang penilaian konsumen terhadap peranan Sistem Informasi pada (SI) Alfa dan Gardena Supermarket?

1.3. Batasan Masalah

Agar penulisan ini tidak terlalu luas sehingga menyimpang dari tujuan penulisan, maka Penulis membatasi penelitian penilaian konsumen. Penilaian konsumen terhadap peranan Sistem Informasi yang berhubungan dengan bidang pemasaran secara komputerisasi.

Penelitian ini dilakukan pada konsumen yang pernah berbelanja di Alfa dan Gardena Supermarket.

1.4. Manfaat Penelitian

a. Mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi

Diharapkan dapat membantu mengidentifikasi peranan Sistem Informasi (SI) yang ada.

b. Mengembangkan usaha /supermarket.

Untuk mengetahui bahwa dengan adanya penelitian ini perusahaan mempunyai suatu *competitive advantage* dalam strategi bersaing di dunia bisnis retailer.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menganalisis penilaian konsumen terhadap peranan Sistem Informasi (SI) berbasis komputer di Alfa Supermarket.
2. Menganalisis penilaian konsumen terhadap peranan Sistem Informasi (SI) yang dilakukan secara manual di Gardena Supermarket.
3. Membandingkan penilaian konsumen terhadap peranan Sistem Informasi (SI) berbasis komputer dengan Sistem Informasi (SI) secara manual sebagai keunggulan kompetitif dalam bisnis retailer.

1.6. Organisasi Dari Tesis

Bab I Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan tinjauan pustaka.

Bab II Landasan Teori

Berisi tentang teori-teori yang melandasi penelitian tersebut, sehingga penelitian tersebut terbukti significance. Teori yang menjelaskan umumnya mengenai peranan Sistem Informasi sebagai keunggulan kompetitif dalam bisnis retailer, diantaranya penggunaan sistem bar code.

Bab III Gambaran Umum Perusahaan

Berisi tentang bagaimana Supermarket pada umumnya, menjelaskan juga mengenai struktur organisasi dan bagian-bagiannya dalam unit-unit atau departemen-departemen di Alfa dan Gardena Supermarket dengan berbagai fungsinya.

Bab IV Metode Studi

Berisi tentang pembagian kuisioner, metodologi penelitian, dan teori analisis Anova (F-test) dalam penelitian ini. Dengan tujuan supaya lebih memahami penelitian tersebut.

Bab V Hasil Analisis dan Diskusi

Berisi tentang analisis karakteristik konsumen, analisis Anova (F-test), analisis komparasi. Analisis karakteristik konsumen berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan pendidikan terakhir. Analisis Anova (F-test) dari segi layout, produk, harga, dan transaksi penjualan. Analisis komparasi yaitu membandingkan hasil penelitian dengan literature yang ada.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dan saran untuk Alfa dan Gardena Supermarket, sehingga dapat dijadikan sebagai suatu masukan dari laporan yang ada.