

ABSTRAK

Perusahaan distributor dalam kegiatan operasional hariannya memerlukan keputusan-keputusan penting yang mendukung kebijakan strategis yang telah ditetapkan oleh manajemen tingkat atas. Pengambilan keputusan pemasaran perusahaan distributor saat ini seringkali didasarkan atas pengalaman-pengalaman masa lalu dan intuisi para pengambil keputusan (decision maker). Hal ini sangat sulit diterapkan pada keadaan ekonomi yang tidak menentu seperti yang terjadi di Indonesia saat ini, banyak keputusan-keputusan pemasaran produk yang tidak sesuai lagi untuk diterapkan pada saat ini. Software Sistem Informasi Distributor (SID), sebagai salah satu komponen Sistem Informasi perusahaan distributor, dan analisis informasi yang dihasilkan oleh Software SID tersebut akan membantu proses operasional perusahaan sehari-hari dan mendukung proses pengambilan keputusan pemasaran.

Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui kontribusi penggunaan Software SID dalam analisis informasi yang dilakukan oleh berbagai tingkat manajemen terhadap efektivitas proses pengambilan keputusan pemasaran produk. Hasil dari penelitian ini akan memberikan manfaat bagi para pengambil keputusan khususnya pada perusahaan distributor mengenai peran informasi yang dihasilkan oleh Software SID dan analisis yang dilakukan terhadap informasi tersebut. Selain itu penelitian ini akan memberikan gambaran dan masukan mengenai kontribusi penggunaan Software SID dalam meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan pemasaran produk. Penelitian akan dilakukan pada perusahaan-perusahaan distributor di Jakarta dengan unit sampel para karyawan perusahaan distributor dari berbagai tingkat manajemen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Software SID dan analisis informasi mempunyai kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan efektivitas proses pengambilan keputusan pemasaran produk, yaitu sebesar 73,90%, sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Penggunaan Software SID mempunyai kontribusi yang dominan terhadap efektivitas proses pengambilan keputusan pemasaran, dari pengujian variabel individu diperoleh nilai kontribusi sebesar 69,60%, sedangkan analisis informasi kurang dominan yaitu sebesar 38,90%, karena saat ini informasi belum dianalisis secara optimal oleh para

pengambil keputusan (decision maker). Dari hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa masih perlu diadakan optimalisasi terhadap kinerja Software SID supaya lebih dapat memenuhi kebutuhan perusahaan distributor dan semua fasilitas informasi yang dihasilkan dapat digunakan secara optimal. Untuk meningkatkan efektivitas proses pengambilan keputusan diperlukan pula report-report pendukung lain selain informasi yang dihasilkan oleh Software SID serta kemampuan analisis yang kuat dari para profesional yang menduduki posisi manajemen menengah ke atas sebagai posisi penting dalam proses pengambilan keputusan.

Kata kunci : Software Sistem Informasi Distributor (SID), analisis informasi, efektivitas, pengambilan keputusan, pemasaran produk

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PENGESAHAN | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| ABSTRAK | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| | |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Identifikasi Masalah | 3 |
| 1.3. Pembatasan Masalah | 4 |
| 1.4. Perumusan Masalah | 5 |
| 1.5. Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.6. Manfaat Penelitian | 6 |
| | |
| BAB 2 KAJIAN TEORITIS | 8 |
| 2.1. Deskripsi Teori | 8 |
| 2.1.1. Peningkatan Efektivitas dalam Proses Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk | 8 |
| 2.1.1.1. Efektivitas | 8 |
| 2.1.1.2. Pengambilan Keputusan | 9 |
| 2.1.1.3. Pemasaran Produk | 12 |
| 2.1.2. Penggunaan Software Sistem Informasi Distributor (SID) ... | 14 |
| 2.1.2.1. Software | 14 |
| 2.1.2.2. Sistem Informasi | 15 |
| 2.1.2.3. Software Sistem Informasi Distributor (SID) | 17 |
| 2.1.3. Analisis Informasi | 18 |
| 2.1.3.1. Informasi | 18 |
| 2.1.3.2. Analisis Informasi | 20 |
| 2.2. Kerangka Pemikiran | 20 |
| 2.3. Hipotesis | 21 |
| | |
| BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN | 23 |
| 3.1. Tujuan Operasional Penelitian | 23 |
| 3.2. Waktu dan Tempat Penelitian | 24 |
| 3.3. Populasi dan Sampel | 24 |
| 3.4. Variabel Penelitian | 25 |
| 3.5. Desain Penelitian | 27 |
| 3.6. Teknik Pengumpulan Data | 28 |
| 3.7. Teknik Analisis Data | 28 |

| | | |
|----------------|---|------|
| BAB 4 | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 33 |
| 4.1. | Instrumen dan Responden | 33 |
| 4.2. | Hasil Pengolahan Data | 34 |
| 4.2.1. | Data Responden | 34 |
| 4.2.1.1. | Departemen | 34 |
| 4.2.1.2. | Pendidikan | 35 |
| 4.2.1.3. | Usia | 36 |
| 4.2.1.4. | Jenis Kelamin | 37 |
| 4.2.1.5. | Lama Bekerja | 38 |
| 4.2.1.6. | Jumlah Supervisi | 38 |
| 4.2.2. | Analisis Deskriptif | 39 |
| 4.2.3. | Uji Reliabilitas dan Validitas | 46 |
| 4.2.3.1. | Reliabilitas dan Validitas Uji Coba Kuesioner | 46 |
| 4.2.3.2. | Hasil Akhir Pengujian Reliabilitas dan Validitas | 48 |
| 4.2.4. | Uji Randomize | 50 |
| 4.3. | Pengujian Hipotesis | 51 |
| 4.3.1. | Statistik Deskriptif | 51 |
| 4.3.2. | Uji Hipotesis I | 52 |
| 4.3.3. | Uji Hipotesis II | 56 |
| 4.3.4. | Uji Hipotesis III | 60 |
| 4.4. | Pembahasan Hasil Penelitian | 64 |
| BAB 5 | KESIMPULAN DAN SARAN | 69 |
| 5.1. | Kesimpulan | 69 |
| 5.2. | Implikasi | 70 |
| 5.3. | Saran | 71 |
| 5.4. | Open Problem | 72 |
| DAFTAR ACUAN | | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 76 |
| LAMPIRAN A | Kuesioner | L-01 |
| LAMPIRAN B | Daftar Pertanyaan Wawancara | L-12 |
| LAMPIRAN C | Data-Data Penelitian | L-13 |
| LAMPIRAN D | Data Penelitian Rata-Rata | L-15 |
| LAMPIRAN E | Perincian Hasil Pengolahan Data Kuesioner | L-16 |
| LAMPIRAN F | Pengujian Reliabilitas dan Validitas | L-18 |
| LAMPIRAN G | Hasil Pengujian Hipotesis | L-24 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabel 3.1. | Kriteria masing-masing Variabel | 26 |
| Tabel 3.2. | Tabel ANOVA untuk Regresi Berganda | 30 |
| Tabel 4.1. | Lingkup Departemen Responden | 35 |
| Tabel 4.2. | Latar Belakang Pendidikan Responden | 36 |
| Tabel 4.3. | Usia Responden | 36 |
| Tabel 4.4. | Jenis Kelamin Responden | 37 |
| Tabel 4.5. | Lama Bekerja Responden | 38 |
| Tabel 4.6. | Jumlah Supervisi Responden | 39 |
| Tabel 4.7. | Hasil Penelitian Variabel Utama | 40 |
| Tabel 4.8. | Rekapitulasi Variabel Penggunaan Software Sistem Informasi Distributor (SID) | 43 |
| Tabel 4.9. | Rekapitulasi Variabel Analisis Informasi | 44 |
| Tabel 4.10. | Rekapitulasi Variabel Efektivitas Proses Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk | 45 |
| Tabel 4.11. | Hasil Pengujian Reliabilitas | 49 |
| Tabel 4.12. | Hasil Pengujian Runs (Runs Test) | 50 |
| Tabel 4.13. | Statistik Deskriptif dari variabel-variabel utama | 52 |
| Tabel 4.14. | Variables Entered/Removed ^b (Uji Hipotesis I) | 53 |
| Tabel 4.15. | Model Summary (Uji Hipotesis I) | 53 |
| Tabel 4.16. | ANOVA ^b (Uji Hipotesis I) | 53 |
| Tabel 4.17. | Coefficients ^a (Uji Hipotesis I) | 53 |
| Tabel 4.18. | Variables Entered/Removed ^b (Uji Hipotesis II) | 57 |
| Tabel 4.19. | Model Summary (Uji Hipotesis II) | 57 |
| Tabel 4.20. | ANOVA ^b (Uji Hipotesis II) | 57 |
| Tabel 4.21. | Coefficients ^a (Uji Hipotesis II) | 57 |
| Tabel 4.22. | Variables Entered/Removed ^b (Uji Hipotesis III) | 61 |
| Tabel 4.23. | Model Summary (Uji Hipotesis III) | 61 |
| Tabel 4.24. | ANOVA ^b (Uji Hipotesis III) | 61 |
| Tabel 4.25. | Coefficients ^a (Uji Hipotesis III) | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|--------------|--|----|
| Gambar 3.1. | Desain Penelitian | 27 |
| Gambar 4.1. | Grafik Lingkup Departemen Responden | 35 |
| Gambar 4.2. | Grafik Latar Belakang Pendidikan Responden | 36 |
| Gambar 4.3. | Grafik Usia Responden | 37 |
| Gambar 4.4. | Grafik Jenis Kelamin Responden | 37 |
| Gambar 4.5. | Grafik Lama Bekerja Responden | 38 |
| Gambar 4.6. | Grafik Jumlah Supervisi Responden | 39 |
| Gambar 4.7. | Variabel Penggunaan Software Sistem Informasi Distributor (SID) | 41 |
| Gambar 4.8. | Variabel Analisis Informasi | 42 |
| Gambar 4.9. | Variabel Efektivitas Proses Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk | 43 |
| Gambar 4.10. | Rekapitulasi Variabel Penggunaan Software Sistem Informasi Distributor (SID) | 44 |
| Gambar 4.11. | Rekapitulasi Variabel Analisis Informasi | 45 |
| Gambar 4.12. | Rekapitulasi Variabel Efektivitas Proses Pengambilan Keputusan Pemasaran Produk | 45 |