

ABSTRAKSI

Perusahaan “X” merupakan sebuah usaha kecil dan menengah yang melayani pemesanan pakaian untuk keperluan olahraga dan lainnya dengan sistem pre-order secara eceran dari industri konveksi yang dijalaninya. Dalam kegiatan sehari-harinya, perusahaan “X” melakukan serangkaian proses untuk mengatur dan mengelola kegiatan bisnisnya. Adapun proses yang terdapat dalam sistem Perusahaan “X ” meliputi proses pemasaran produk, pencatatan data pelanggan, pencatatan pemesanan, konfirmasi pembayaran, pencatatan stok bahan baku, pembuatan nota penjualan, dan pembuatan laporan penjualan.

Sistem informasi marketing adalah suatu struktur yang berkesinambungan dan saling berinteraksi dari orang-orang, peralatan, dan prosedur untuk mengumpulkan, menyortir, menganalisis, mengevaluasi, dan mendistribusikan informasi yang dibutuhkan, secara tepat waktu, dan akurat kepada pengambil keputusan dalam bidang pemasaran.

Untuk menangani masalah - masalah yang telah dijelaskan di atas maka diperlukan suatu sistem informasi marketing untuk membantu proses bisnis dan kegiatan pemasaran perusahaan. Sistem yang baru diharapkan mampu mencatat dan mengolah informasi menjadi laporan-laporan yang dapat membantu perencanaan kegiatan pemasaran ke depannya dengan cepat dan akurat dalam periode tertentu.