

ABSTRAKSI

Tesis "Analisis Penerapan Sistem Informasi Penjualan Mercedes-Benz: Studi Kasus di PT Adedanmas (*Authorized Mercedes-Benz Dealer*)".

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memenuhi persyaratan dalam mencapai kelulusan pada program Megister Manajemen dengan konsentrasi Sistem Informasi Manajemen di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Tesis ini bertujuan untuk mempelajari bagaimana sistem informasi penjualan yang efektif pada produk Mercedes-Benz, berdasarkan dengan pengamatan yang mendalam dan analisis bagaimana perilaku penggunaan sistem informasi penjualan di PT. Adedanmas.

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif di mana sampel yang diambil untuk diwawancarai, berdiskusi dan bertukar informasi yang bermanfaat adalah sebanyak sembilan orang dari tingkat manajerial dan beberapa staf yang terkait. Adapun total karyawan di PT. Adedanmas (*Authorized Merced-Benz Dealer*) sebanyak 150 karyawan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa

1. Tingkat pengetahuan teknis karyawan PT. Adedanmas dalam mempergunakan data sistem informasi penjualan membutuhkan perhatian khusus. Diperlukan pelatihan reguler dan efektif untuk menangani keakuratan data dan mengurangi kesalahan akibat perubahan data sehingga data menjadi normal sesuai dengan yang diharapkan dan memenuhi persyaratan standar DMS.
2. Selain SDM dan dukungan komponen fisik dari aplikasi, dibutuhkan keseriusan yang konsisten, sambil menataulang dan mendefinikan kembali metodologi serta peningkatan konsep dan kebutuhan aplikasi.

Berdasarkan penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Dibutuhkan peningkatan pengetahuan karyawan PT. Adedanmas terhadap fungsi dan keuntungan dari sistem informasi penjualan DMS.
2. Dibutuhkan peran aktif dari manajemen PT. Adedanmas untuk memonitor penggunaan sistem informasi penjualan DMS.
3. Dibutuhkan penerapan klasifikasi dan manajemen hak akses pengguna.

Kata Kunci: SOP, DMS, Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM)

ABSTRACT

Thesis “Analysis on the implementation of sales information system of Mercedes-Benz: Case Study at PT Adedanmas Authorized Mercedes-Benz Dealer”.

Purpose of the study is partly, to fullfill the requirement in attaining the Master Degree of Management Information Systems concentration program of Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

This thesis aims toward the study of the effective sales information profile for Mercedes-Benz products, based on in-depth observation and analysis in PT Adedanmas and how the iplementation of the information systems behave.

Approach of the study was based on qualitative method where nine managerial level and some related staffs were interviewed. A walk-in discussion and exchanging of information were fruitfully achieved. The total personnel of PT Adedanmas Authorized Merced-Benz Dealer comprise of 150 personnel.

The study revealed that

3. The level of technical knowledge in handling data within the sales information systems required special attention. Regular and effective on hand training to handle and follow data freshness and minimal error status updating within the normal level as expected by to meet the standard of DMS is not so remote to achieve.
4. Beside human resources and supporting physical components of the application required serious revisits, while reengineering and redefining of methodology as well as the upgrading of the system concepts and application are required.

based on the results of the above study concluded that:

4. Needed upgrading knowledge of the employees of PT. Adedanmas on the functions and benefits of information systems sales DMS
5. Needed an active role of the management of PT. Adedanmas to monitor the use of sales information system DMS
6. Needed implementation the classification and management of user access rights

Key Word : SOP, DMS, Sole Agency of Brand Holer (ATPM)