

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sejalan dengan pertumbuhan teknologi yang makin pesat masa kini, makin berkembang pula sebuah teknologi yang bisa memecahkan masalah satu darinya di bidang pemasaran. Tingkatan pemasaran yang tinggi bisa membuat sebuah industri menuai banyak laba, perihal berikut membuat banyak industri untuk mempergunakan skema informasi akuntansi dalam usaha mengembangkan pemasaran mereka. Menurut (Harahap, 2019) Skema informasi ialah sebuah skema yang melakukan penghimpunan data, mengawasi, serta mengolah data hingga diperoleh informasi yang diperlukan oleh pengguna dalam sebuah tujuan ataupun untuk bermacam macam tujuan jikalau keputusan tidak membawa hasil maka disebutkan akuntansi tidak mencukupi serta tidak bermutu. Kinerja staff yang baik pun menetapkan kualitas sebuah industri, sebagaimana staff berkerja dalam melayani customer hingga customer merasa puas dengan layanan yang dibagikan serta citra industri makin baik, membuat customer ingin datang kembali.

Dengan ini industri dibutuhkan untuk meninjau kembali apakah skema informasi akuntansi yang mereka terapkan telah dapat dalam mengembangkan profitabilitas dari pemasaran mereka, khususnya pada industri makanan cepatsaji, yang dimana industri ini memerlukan sebuah skema yang bisa mempermudah layanan serta pesanan untuk membuat customer memiliki niat datang kembali untuk membeli makanan/minuman tersebut.

Dengan adanya perubahan jaman yang berlangsung masa kini apakah industri ini dapat mengikuti pertumbuhan yang berlangsung dimasyarakat dalam pemakaian Skema Informasi Akuntansi hingga mempermudah masyarakat dalam melaksanakan pembelian. Apakah kinerja staff mereka masa kini telah dapat memuaskan customer dalam melayani setiap pembelian hingga pembeli merasa puas serta ingin datang kembali.

Pertumbuhan teknologi yang amat signifikan masa kini apakah industri mampu memanfaatkan teknologi yang ada masa kini demi meningkat kan

pemasaran komoditas yang di pasarkan oleh industri McDonald's jadi satu dari industri waralaba makanan cepat saji terbesar di dunia. Sebagai industri yang beroperasi di seluruh dunia, McDonald's menghadapi persaingan yang ketat di pasar global. Oleh karenanya, industri ini butuh terus berinovasi serta mengembangkan kinerja operasional untuk memertahankan pasar dan mengembangkan tingkatan pemasaran.

Dalam menghadapi persaingan yang makin ketat, McDonald's butuh memanfaatkan teknologi informasi untuk mengembangkan efisiensi operasional serta memperbaiki pelayanan customer. Skema informasi akuntansi (SIA) bisa jadi alat yang efektif dalam mengolah data finansial, penggajian, persediaan, serta proses akuntansi lainnya (Arandhea & Puspitasari, 2021). Dengan mengoptimalkan pemakaian SIA, McDonald's bisa memperoleh informasi finansial yang akurat serta real-time, dan dapat mengambil keputusan bisnis yang lebih baik. Implementasi skema informasi akuntansi ialah sebuah kewajiban untuk memerlancar kegiatan-kegiatan dalam industri supaya penyelenggaraannya bisa lebih cepat, tepat, akurat serta efisien (Ahmad, 2017).

Disamping itu, kinerja staff yang baik juga ialah aspek kritis dalam mengembangkan efisiensi operasional serta kualitas layanan. Menurut (Mandasari, 2022). Staff yang berkinerja tinggi bisa membagikan pelayanan yang lebih baik terhadap customer, mengembangkan kepuasan customer, serta memengaruhi tingkatan pemasaran industri. Oleh karenanya, penting untuk menganalisis aspek-aspek yang bisa memengaruhi kinerja staff McDonald's, seperti motivasi, kompetensi, serta penghargaan.

Perkembangan teknologi juga mempunyai efek signifikan pada operasional McDonald's. Industri ini dikenal sebagai industri yang mengadopsi teknologi dalam bermacam aspek operasionalnya, seperti skema pemesanan online, aplikasi mobile, serta skema pengelolaan pesanan yang terintegrasi. Perkembangan teknologi ini bisa memengaruhi efisiensi operasional, kecepatan layanan, serta kepuasan customer. Oleh karenanya, penting untuk mengkaji pengaruh perkembangan teknologi pada tingkatan pemasaran McDonald's. Menurut (Sholeh & Huda, 2019), teknologi informasi menciptakan internet, internet menawari banyak manfaat bagi Peretail untuk mengembangkan marketing produknya Disamping itu, perubahan sikap customer juga jadi aspek

penting dalam tren pemasaran McDonald's. Perubahan gaya hidup serta preferensi customer bisa memengaruhi permintaan pada makanan cepat saji, termasuk McDonald's. Oleh karenanya, industri butuh menganalisis aspek-aspek yang memengaruhi preferensi customer pada produk serta pelayanan McDonald's, dan mengadaptasi strategi bisnisnya untuk menjawab.

Dalam era digital yang terus berkembang, penting untuk mengkaji pengaruh transformasi digital pada skema informasi akuntansi serta kinerja staff McDonald's. Transformasi digital bisa merubah cara industri mengolah data, berkomunikasi, serta berkomunikasi dengan customer. Oleh karenanya, riset ini punya tujuan untuk mengkaji pengaruh skema informasi akuntansi, kinerja staff, serta pemanfaatan teknologi pada tingkatan pemasaran McDonald's.

Riset terdahulu yanga dilaksanakan oleh (Renny, 2018) dengan tajuk “Pengaruh Skema Informasi Akuntansi serta Pengelolaan Internal Pemasaran Pada Efektivitas Target Pemasaran” menghasilkan bahwasanya skema informasi akuntansi punya pengaruh signifikan pada efektivitas pemasaran

Didalam riset lain (Rabbani, 2019) terkait “Pengaruh Motivasi Pada Kinerja Staff Dalam Penggapaian Pemasaran Menurut Ekonomi Islam” menghasilkan hasil yang signifikan pada penggapaian pemasaran.

Dan juga pada riset (Sholeh & Huda, 2019) terkait “Pengaruh Perkembangan Teknologi Pada Volume Pejualan Retail Di Kota Mojokerto” membagikan hasil yang signifikan pada kenaikan volume pemasaran.

Dengan uraian tersebut, penulis akan menganalisis aspek-aspek yang bisa memengaruhi tingkatan pemasaran McDonald's serta menganalisa hubungan antara skema informasi akuntansi, kinerja staff, perkembangan teknologi, serta pemasaran industri. Riset ini diharap bisa membagikan wawasan baru bagi McDonald's ataupun industri sejenis dalam mengembangkan pemasaran serta menghadapi persaingan di industri makanan cepat saji.

B. Rumusan masalah

Berlandaskan latar belakang diatas maka bisa dirumuskan masalah dari riset ini:

1. Apakah Skema Informasi Akuntansi punya pengaruh pada Tingkatan Pemasaran industri?
2. Apakah Kinerja Staff punya pengaruh pada Tingkatan Pemasaran industri?
3. Apakah Pemanfaatan Teknologi berpengaruh pada Tingkatan Pemasaran industri?
4. Apakah Sistem Informasi Akuntansi, Kinerja Staff dan Pertumbuhan Teknologi punya pengaruh pada Tingkatan Pemasaran?

C. Ruang Lingkup Penelitian

Pembatasan sebuah masalah dipergunakan untuk mengelakkan adanya penyelewengan ataupun pelebaran pokok masalah, supaya riset tersebut lebih tertuju serta mempermudah dalam pembahasan hingga tujuan riset ini akan teraih. Oleh karenanya, riset ini dibatasi oleh ruang lingkup:

5. Mengevaluasi skema informasi akuntansi industri pada pemasaran.
6. Mengevaluasi kinerja layanan staff pada customer.
7. Melihat teknologi yang dipergunakan dalam layanan operasional yang mereka gunakan dalam pemasaran.
8. Riset dilaksanakan pada customer dengan rentang umur 19-26 tahun.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk menguji serta menganalisa Skema Informasi Akuntansi punya pengaruh pada Tingkatan Pemasaran.
- b. Untuk menguji serta menganalisa apakah Kinerja Staff punya pengaruh

pada Tingkatan Pemasaran.

- c. Untuk menguji serta menganalisa apakah pengaruh Pemanfaatan Teknologi pada Tingkatan Pemasaran.
- d. Untuk menguji serta menganalisa apakah pengaruh Skema Informasi Akuntansi, Kinerja Staff, serta Pemanfaatan Teknologi punya pengaruh pada Tingkatan Pemasaran

2. Kontribusi Penelitian

- e. Sumbangsih Praktis

Riset ini diharap dapat membagikan manfaat berupa sumbangsih dalam pengambilan keputusan strategis oleh management industri, dengan memahami pengaruh Skema Informasi, Kinerja Staff, serta Pertumbuhan Teknologi pada Pemasaran management industri bisa membuat keputusan yang strategis yang lebih baik dalam mengembangkan kinerja industri secara menyeluruh.

- f. Sumbangsih Teoritis

Manfaat riset ini untuk membagikan sumbangsih yang signifikan bagi pertumbuhan ilmu pengetahuan serta praktik bisnis yang bisa dipergunakan unruk penelitian-riset selanjutnya, khususnya dalam bidang akuntansi serta teknologi informasi.

- g. Sumbangsih Kebijakan

Riset ini diharap bisa membagikan pemahaman baru pada pembaca serta riset selanjutnya terkait hubungan antara skema informasi akuntansi, kinerja staff, serta pertumbuhan teknologi pada pemasaran

E. Sistematika Penelitian

Riset ini dipecah jadi lima bab, yaitu; pendahuluan, uraian teoritis, metodologi riset, analisa serta pembahasan, dan kesimpulan serta saran. Pembahasan per-bab dikatakan diantaranya:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini berisikan terkait latar belakang riset, perumusan masalah, hipotesis, ruang lingkup riset, tujuan serta manfaat riset, serta sistematika riset.

BAB II : URAIAN TEORITIS

Bagian ini berisikan terkait landasan teori yang jadi dasar riset dalam melaksanakan analisa pada masalah yang ada, risetterdahulu, serta kerangka pemikiran.

BAB III : METODOLOGI RISET

Bagian ini berisikan terkait jenis riset, definisi variable operasional, data serta sumber data, populasi serta sample, metode pengumpulan serta analisa data, serta teknik analisa data.

BAB IV : ANALISA serta PEMBAHASAN

Dalam bagian ini membahas terkait hasil riset atas pengujian yang dipergunakan dalam riset, dan analisa serta pembahasan atas riset yang telah dilaksanakan

BAB V : KESIMPULAN serta SARAN

Dalam bagian ini berisi kesimpulan berlandaskan hasil riset serta saran yang dibagikan terhadap pihak yang memerlukan