

Jurusan Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester VII Tahun 2004/2005

**ANALISA DAN PERANCANGAN
SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PEMASARAN PT SUNGIN TEX**

Erwin 0500556876
Yohanes 0500558162
Efendi Kho 0500558811
Kelas / Kelompok : 09PCM / 04

Abstrak

Perkembangan teknologi dan informasi yang semakin cepat dan pesat diberbagai bidang menimbulkan persaingan yang semakin ketat dan kompleks. Dengan adanya persaingan tersebut PT Sungin Tex sebagai perusahaan yang memproduksi garmen membutuhkan suatu sistem informasi eksekutif pemasaran yang dapat membantu eksekutif memperoleh dan menganalisa informasi spesifik, yang dibutuhkan dalam merencanakan suatu strategi untuk mampu bertahan dalam persaingan atau memenangkan pasar, khususnya dalam bidang pemasaran. Metodologi penelitian yang digunakan adalah penelusuran pustaka, metode analisis yang meliputi analisis DFD, SWOT dan CSF dalam perusahaan dan metode perancangan yang digunakan adalah metode perancangan terstruktur. Sistem Informasi Eksekutif pemasaran merupakan alternatif pemecahan masalah bagi eksekutif yang menginginkan informasi pemasaran spesifik dan penting (mencakup informasi internal dan eksternal), yang disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan fasilitas lainnya. Disimpulkan Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran merupakan alat bantu yang menjadi salah satu jawaban atas permasalahan kebutuhan informasi yang dihadapi eksekutif perusahaan, dapat membantu eksekutif mendapatkan informasi secara cepat, tepat, dan aktual, membantu eksekutif memusatkan perhatian pada hal-hal penting yang menentukan masa depan perusahaan, menghemat waktu eksekutif meninjau kinerja perusahaan, dan membantu eksekutif dalam monontukan kebijakan-kebijakan perusahaan yang bersifat strategis dalam mencapai visi dan misi perusahaan.

Kata Kunci

Teknologi, Informasi, Sistem Informasi, Eksekutif, Pemasaran

PRAKATA

Puji Syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugrahNya, sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi Analisa dan Perancangan Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran PT. Sungin Tex. Skripsi ini disusun oleh penulis sebagai salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir program strata-1 (S1), Jurusan Sistem Informasi, pada Universitas Bina Nusantara, Jakarta. Dipilihnya topik skripsi ini oleh penulis dimaksudkan agar penulis dapat memahami lebih jauh mengenai bagaimana merancang sistem informasi eksekutif yang baik bagi para eksekutif dan diharapkan dapat menjadi bekal bagi penulis.

Dalam menyelesaikan Skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan ketika menghadapi permasalahan, baik berupa bimbingan, saran, kritik, doa, maupun bantuan moral. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Ir. Harjanto Prabowo, MM, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bina Nusantara.
3. Bapak Siswono, S.Kom., MM, Selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Bina Nusantara.
4. Bapak Ir. H. Imam Djajono, MM, Selaku dosen pembimbing kelas yang telah meluangkan waktunya untuk memberi masukan dan ide-ide dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Universitas Bina Nusantara yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan yang amat berguna bagi penulis selama belajar di Universitas Bina Nusantara.
6. Pimpinan dan karyawan PT. Sungin Tex yang telah membantu dalam memberikan informasi yang lengkap, terutama Bapak Ali Hubaja selaku konsultan PT. Sungin Tex yang telah bersedia meluangkan waktunya yang berharga demi selesainya penulisan skripsi ini.
7. Kedua Orang tua tercinta serta keluarga besar atas perhatian, doa dan harapan yang selalu memberikan semangat dan dorongan moril maupun materil serta cinta kasihnya pada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Seluruh staf karyawan Bina Nusantara yang telah membantu dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan buku-buku referensi yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Serta semua teman-teman atas segala perhatian dan kesabarannya dalam memberikan dorongan dan bantuan dalam membantu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini dan tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, masih banyak kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini yang tidak lain disebabkan oleh keterbatasan penulis. Kritik dan saran atas skripsi ini akan sangat berguna bagi penulis. Semoga skripsi ini dapat menjadi bahan yang berguna bagi para pembaca yang membutuhkannya.

Jakarta, 14 Januari 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i	
Halaman Judul Dalam	ii	
Halaman Persetujuan	iii	
Abstrak	iv	
Prakata	v	
Daftar Isi	vii	
Daftar Tabel	xi	
Daftar Gambar	xiii	
BAB 1	PENDAHULUAN	1
1.1	Latar Belakang	1
1.2	Ruang Lingkup	2
1.3	Tujuan dan Manfaat	2
	1.3.1 Tujuan	2
	1.3.2 Manfaat	3
1.4	Metodologi	3
1.5	Sistematika Penulisan	4
BAB 2	LANDASAN TEORI	7
2.1	Sistem Informasi	7
	2.1.1 Pengertian Sistem	7

2.1.2	Pengertian Informasi	7
2.1.3	Pengertian Sistem Informasi	8
2.2	Sistem Informasi Eksekutif	9
2.2.1	Pengertian Sistem Informasi Eksekutif	9
2.2.2	Karakteristik Sistem Informasi Eksekutif	11
2.2.3	Model Sistem Informasi Eksekutif	13
2.2.4	Keuntungan Sistem Informasi Eksekutif	14
2.2.5	Perbedaan SIM, EIS dan DSS	14
2.3	Pemasaran	18
2.3.1	Pengertian Pemasaran	18
2.3.2	Bauran Pemasaran	19
2.3.3	Pengertian Sistem Informasi Pemasaran	19
2.3.4	Komponen Sistem Informasi Pemasaran	20
2.4	Teori Lainnya	21
2.4.1	Critical Success Factors	21
2.4.1.1	Pengertian Critical Success Factors (CSF)	21
2.4.1.2	Analisis CSF	22
2.4.2	SWOT	24
2.4.3	Data Flow Diagram (DFD)	26
2.4.4	State Transition Diagram (STD)	26
2.4.5	Forecasting	26
2.4.6	Lima Pokok dalam Strategi Bersaing	27
2.4.6.1	Penggunaan Strategis Teknologi Informasi	28

BAB 3	ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI	31
3.1	Riwayat Perusahaan & Struktur Organisasi	31
3.2	Visi dan Misi Perusahaan	32
3.3	Tugas dan Wewenang	33
3.4	Sistem Informasi yang sedang berjalan	38
3.4.1	DFD Level 0	
	Sistem Informasi yang sedang berjalan	38
3.4.2	DFD Level 1	
	Sistem Informasi yang sedang berjalan	39
3.4.3	Basis Data yang digunakan	40
3.4.4	Kelemahan Sistem Informasi yang sedang berjalan	43
3.5	Analisa SWOT dan Informasi yang diperlukan	44
3.5.1	Analisa SWOT	44
3.5.2	Informasi yang diperlukan sesuai dengan	
	Analisa SWOT	47
3.6	Analisa CSF	47
3.7	Analisa Kebutuhan Informasi bagi Eksekutif	49
3.7.1	Identifikasi Masalah	49
3.7.2	Pemecahan Masalah	50
BAB 4	SISTEM YANG DIUSULKAN	51
4.1	Tujuan Membangun Sistem Informasi Eksekutif Baru	51
4.2	Model Sistem Informasi Eksekutif	52
4.3	Rancangan Basis Data	53

4.3.1	Basis Data Lama	53
4.3.2	Basis Data yang ditransformasikan	54
4.3.3	Basis Data Baru (Usulan)	56
4.4	Perancangan Proses	60
4.4.1	Proses Transformasi Data	60
4.4.2	STD	75
4.4.3	Spesifikasi Proses (Pseudocode)	81
4.5	Rancangan Tampilan Layar dan Informasi pada Layar	105
4.6	Manajemen Sistem Informasi Eksekutif yang diusulkan	160
4.6.1	Aktivitas yang ada	160
4.6.2	Hardware yang diperlukan	161
4.6.3	Software yang diperlukan	161
4.6.4	Personil yang diperlukan	162
4.7	Jadwal Implementasi	163
4.8	Tampilan Layar	164
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN	180
5.1	Simpulan	180
5.2	Saran	181
DAFTAR PUSTAKA		182
RIWAYAT HIDUP		184
LAMPIRAN		LI
FOTOCOPY SURAT SURVEI		

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan EIS dan SIM	14
Tabel 2.2	Perbandingan EIS dan DSS	15
Tabel 3.1	MsCustomer	40
Tabel 3.2	MsProduk	40
Tabel 3.3	Mshdrtrans	41
Tabel 3.4	Msdittrans	41
Tabel 3.5	MsSalesman	41
Tabel 3.6	MsPiutang	42
Tabel 3.7	MsRetur	42
Tabel 3.8	MsPromosi	43
Tabel 4.1	Basis Data Lama	53
Tabel 4.2	MsTransaksi	54
Tabel 4.3	MsSalesman	55
Tabel 4.4	MsWilayah	55
Tabel 4.5	MsRetur	55
Tabel 4.6	MsPromosi	56
Tabel 4.7	MsPenjualanPesaing	57
Tabel 4.8	MsPesaing	57
Tabel 4.9	MsTarget_penjualan	58
Tabel 4.10	Msuser	58
Tabel 4.11	MsAdmin	58

Tabel 4.12	MsForecasting	59
Tabel 4.13	MsTargetSales	59
Tabel 4.14	MsMediaPromosi	59
Tabel 4.15	Tabel Menu Utama	108
Tabel 4.16	Tabel Matriks Aktivitas	160
Tabel 4.17	Tabel Jadwal Implementasi	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Jenis-jenis Sistem Informasi	8
Gambar 2.2	Model SIE	13
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT Sungin Tex	32
Gambar 3.2	DFD Level 0 PT. Sungin Tex	38
Gambar 3.3	DFD Level 1 PT. Sungin Tex	39
Gambar 3.4	Matriks SWOT	46
Gambar 4.1	Rancangan Sistem yang diusulkan	52
Gambar 4.2	Qry_AnalisaPesaing	60
Gambar 4.3	Qry_AnalisaProfitProduk	61
Gambar 4.4	Qry_AnalisaPromosi	62
Gambar 4.5	Qry_AnalisaWilayah	63
Gambar 4.6	Qry_AnalisaPenjualan	63
Gambar 4.7	Qry_PenjualanPerBulan	64
Gambar 4.8	Qry_PenjualanPerTahun	65
Gambar 4.9	Qry_PenjualanProdukPelanggan	66
Gambar 4.10	Qry_EvaluasiPenerimaanPromosi	67
Gambar 4.11	Qry_EvaluasiPromosi	67
Gambar 4.12	Qry_PenjualanWilayah	68
Gambar 4.13	Qry_TargetPenjualan	69

Gambar 4.14	Qry_Target	70
Gambar 4.15	Qry_EvaluasiWilayah	70
Gambar 4.16	Qry_AnalisaSalesman	71
Gambar 4.17	Qry_TargetSales	72
Gambar 4.18	Qry_PromosiBaru	73
Gambar 4.19	Qry_EvaluasiPesaing	74
Gambar 4.20	STD Menu Utama	75
Gambar 4.21	STD Menu File	76
Gambar 4.22	STD Menu Setting	76
Gambar 4.23	STD Menu Help	77
Gambar 4.24	STD Internal	78
Gambar 4.25	STD Eksternal	79
Gambar 4.26	STD Utility	80
Gambar 4.27	Rancangan Layar Splash	105
Gambar 4.28	Rancangan Layar Menu Login	106
Gambar 4.29	Rancangan Layar Admin	107
Gambar 4.30	Rancangan Layar Menu Utama	108
Gambar 4.31	Rancangan Layar Alarm	109
Gambar 4.32	Rancangan Layar Menu	110
Gambar 4.33	Rancangan Layar Analisa Penjualan	111
Gambar 4.34	Rancangan Layar Analisa Profit	113
Gambar 4.35	Rancangan Layar Analisa Promosi	115

Gambar 4.36	Rancangan Layar Analisa Wilayah	117
Gambar 4.37	Rancangan Layar Evaluasi Promosi	119
Gambar 4.38	Rancangan Layar Evaluasi Penjualan	121
Gambar 4.39	Rancangan Layar Evaluasi Pesaing	123
Gambar 4.40	Rancangan Layar Evaluasi Wilayah	125
Gambar 4.41	Rancangan Layar Target Penjualan	127
Gambar 4.42	Rancangan Layar Analisa SalesPerson	129
Gambar 4.43	Rancangan Layar Keluhan Pelanggan	131
Gambar 4.44	Rancangan Layar Exception Report	132
Gambar 4.45	Rancangan Layar Forecasting	133
Gambar 4.46	Rancangan Layar Evaluasi SalesPerson	134
Gambar 4.47	Rancangan Layar Data Informasi Produk	136
Gambar 4.48	Rancangan Layar Data Penjualan Pesaing	137
Gambar 4.49	Rancangan Layar Data Informasi Pesaing	138
Gambar 4.50	Rancangan Layar Data Input Target	139
Gambar 4.51	Rancangan Layar Informasi Produk Client	140
Gambar 4.52	Rancangan Layar Informasi Produk Admin	142
Gambar 4.53	Rancangan Layar Penjualan Pesaing Client	144
Gambar 4.54	Rancangan Layar Penjualan Pesaing Admin	146
Gambar 4.55	Rancangan Layar Informasi Pesaing Client	148
Gambar 4.56	Rancangan Layar Informasi Pesaing Admin	150
Gambar 4.57	Rancangan Layar Input Target Client	152
Gambar 4.58	Rancangan Layar Input Target Admin	154

Gambar 4.59	Rancangan Layar Add New User	156
Gambar 4.60	Rancangan Layar Change Password	157
Gambar 4.61	Rancangan Layar Grafik	158
Gambar 4.62	Rancangan Layar About Us	159
Gambar 4.63	Rancangan Layar Kalkulator	160
Gambar 4.64	Layar Splash	164
Gambar 4.65	Layar Menu Login	164
Gambar 4.66	Layar Sukses Login	164
Gambar 4.67	Layar Menu Utama	165
Gambar 4.68	Layar Menu	165
Gambar 4.69	Layar Informasi Pesaing	166
Gambar 4.70	Layar Penjualan Pesaing	166
Gambar 4.71	Layar Evaluasi Pesaing	167
Gambar 4.72	Layar Analisa Wilayah	167
Gambar 4.73	Layar Evaluasi Wilayah	168
Gambar 4.74	Layar Informasi Produk	168
Gambar 4.75	Layar Analisa Penjualan	169
Gambar 4.76	Layar Evaluasi Penjualan	169
Gambar 4.77	Layar Analisa Profit	170
Gambar 4.78	Layar Analisa Promosi	170
Gambar 4.79	Layar Evaluasi Promosi	171
Gambar 4.80	Layar Input Target	171
Gambar 4.81	Layar Target Penjualan	172
Gambar 4.82	Layar Analisa Salesperson	172

Gambar 4.83	Layar Evaluasi Salesperson	173
Gambar 4.84	Layar Forecasting	173
Gambar 4.85	Layar Keluhan Pelanggan	174
Gambar 4.86	Layar Exception Report	174
Gambar 4.87	Layar Grafik	175
Gambar 4.88	Layar Utility	175
Gambar 4.89	Layar Alarm	176
Gambar 4.90	Layar Add New User	176
Gambar 4.91	Layar Change Password	177
Gambar 4.92	Layar Admin	177
Gambar 4.93	Layar Data Penjualan Pesaing	177
Gambar 4.94	Layar Data Pesaing	178
Gambar 4.95	Layar Data Produk	178
Gambar 4.96	Layar Data Target	179
Gambar 4.97	Layar About	179