

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Sistem Informasi
Program Studi Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester VIII Tahun 2005

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PADA PT. ALTAMA SURYA ARSA (STUDI KASUS PEMASARAN)

Kemala Wira Swasti Kamal 0500590863
Alfi Muna 0500599641
Ribka Kristiani 0500600044
Kelas/Kelompok 08PAA / 08

Abstrak

Tujuan penelitian ini ialah merancang suatu sistem informasi eksekutif yang bermanfaat bagi manajemen tingkat atas pada PT. Altama Surya Arsa yang bergerak di bidang tools dan *home appliances* dalam pemantauan kegiatan usaha dan mendukung pengambilan keputusan dalam bidang pemasaran perusahaan. Metodologi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini meliputi studi pustaka, metode analisis, dan metode perancangan. Analisa yang dilakukan akan menghasilkan suatu kebutuhan informasi. Dari hasil analisa kebutuhan informasi yang ada, maka terancanglah suatu Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran. Hasil rancangannya berupa penyediaan informasi yang terdiri dari informasi internal dan informasi eksternal penjualan yang ditampilkan dalam bentuk tabel dan grafik. Dengan diterapkan sistem informasi eksekutif pemasaran ini, para eksekutif dapat lebih mudah memantau kegiatan usahanya serta dapat mengambil keputusan dengan lebih mudah dan akurat guna meningkatkan pemasaran.

Kata kunci

Analisa, Perancangan, Eksekutif, Sistem Informasi Eksekutif.

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi strata-1 (S1) dan mencapai gelar kesarjanaan di Universitas Bina Nusantara, Jakarta.

Banyak rintangan dan kesulitan yang penulis alami selama penyusunan skripsi ini, tapi berkat bantuan dan bimbingan dari bapak dosen pembimbing dan staff dosen lainnya serta dukungan dari teman-teman, akhirnya segala rintangan dan kesulitan itu dapat diatasi. Dan tersusunlah skripsi dengan judul "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Eksekutif pada PT. Altama Surya Arsa (Studi Kasus Pemasaran)".

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan serta bimbingan dari beberapa pihak, oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tidak terhingga kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada :

1. Almh. Dr. Ir. Th. Widia Soerjaningsih, MM., selaku Pimpinan Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Siswono, S.Kom, MM., selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
3. Bapak Joseph Sudirwan, SE, MM., selaku Dosen Pembimbing yang tekun memberikan bimbingan dan ide-ide pemikirannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dosen-dosen Universitas Bina Nusantara yang telah membimbing selama masa perkuliahan.

5. Bapak Oscar, Stephen, Budi, Yandi, Adi, Solim, Heri, Pradit, Ibu Yuni, dan Diana, Meli, Nana, beserta staff karyawan PT.Altama Surya Arsa lainnya yang telah memperkenankan penulis melakukan penelitian di perusahaan tersebut.
6. Ayah Kamal Bakri, Ahmar Abyadh, Djoko Suharsono, Ibu Arifah Anwar, Husna Syahlan, Marwanti, Kakak Kemala Rita dan Ico, Riyadh Firdaus, Kathrin Nada, Dini Kristanti, serta keluarga lainnya yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik moril maupun materil ke arah perkembangan dan kemajuan.
7. Oscar, Erfan, Roy, Endi, Onank, Joko, Koko, Usman, Agustino, Ronie, Riried, Endah, Fazar, Adi, Edi, Minyanto, Doni dan Ranti, Nasri Anwar, Elvi, Herick, dan teman-teman yang telah banyak membantu kelancaran skripsi kami.
8. Elin, Rendi, Dini terimakasih atas persahabatannya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari masih terdapat kekurangan dalam skripsi ini. Untuk itu penulis sangat mengharapkan saran dan pendapat dari semua pihak untuk menyempurnakan skripsi ini.

Penulis berharap, skripsi ini dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi para manager bidang pemasaran, perkembangan ilmu dan pengetahuan teknologi informasi, para pembaca dan rekan-rekan mahasiswa khususnya di Universitas Bina Nusantara.

Jakarta, 16 Juni 2005

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	i
Halaman Judul Dalam	ii
Halaman Persetujuan Hardcover.....	iii
Halaman Pernyataan Dewan Penguji.....	iv
Abstrak.....	vii
Prakata.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xiv
Daftar Gambar.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup.....	3
1.3 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.4 Metodologi Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Teori-teori Umum.....	7
2.1.1 Pengertian Sistem.....	7
2.1.2 Pengertian Informasi.....	7

2.1.2	Pengertian Informasi.....	7
2.1.3	Pengertian Sistem Informasi.....	8
2.1.4	Pengertian Eksekutif.....	12
2.1.5	Pengertian Sistem Informasi Eksekutif (SIE).....	12
2.1.6	Karakteristik SIE.....	15
2.1.7	Data yang Diperlukan SIE.....	18
2.1.8	Tujuan dan Manfaat SIE.....	19
	2.1.8.1 Tujuan SIE.....	19
	2.1.8.2 Manfaat SIE.....	20
2.1.9	Keuntungan SIE.....	20
2.1.10	Model SIE.....	21
2.1.11	Perbandingan EIS, MIS dan DSS.....	23
2.2	Teori-teori Khusus.....	24
	2.2.1 Pengertian Pemasaran.....	24
	2.2.2 Perbedaan Konsep Pemasaran dan Konsep Penjualan.....	26
	2.2.3 Subsistem Input Pemasaran.....	27
2.3	Analisis SWOT.....	28
2.4	Analisis CSF (Critical Success Factor).....	32
BAB 3	ANALISA KEBUTUHAN SISTEM INFORMASI.....	35
3.1	Riwayat Perusahaan.....	35
3.2	Struktur Organisasi , Jabatan, Tugas, dan Wewenang.....	37
3.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	48
3.4	Gambaran Umum Sistem Informasi Saat Ini.....	49

3.4.1	Diagram Konteks.....	49
3.4.2	Diagram Nol.....	50
3.4.3	Spesifikasi Database.....	51
3.4.4	Entity Relationship Diagram.....	59
3.5	Analisa SWOT.....	60
3.5.1	Strengths.....	60
3.5.2	Weaknesses.....	60
3.5.3	Opportunities.....	61
3.5.4	Threats.....	61
3.5.5	Informasi yang Diperlukan Oleh Eksekutif.....	63
3.6	Analisa CSF.....	63
3.6.1	CSF.....	63
3.6.2	Informasi yang Diperlukan Oleh Ekskcutif.....	64
3.7	Analisa Kebutuhan Informasi Bagi Eksekutif.....	64
3.7.1	Masalah Yang Dihadapi.....	64
3.7.2	Usulan Pemecahan.....	65

BAB 4 RANCANGAN DAN IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI

	EKSEKUTIF PEMASARAN.....	67
4.1	Tujuan Membangun SIE Baru.....	67
4.2	Model SIE.....	68
4.3	Rancangan Basis Data.....	69
4.4	Perancangan Proses.....	74
4.4.1	Proses Transformasi Data.....	74

4.4.2	Rancangan Dialog.....	82
4.4.3	State Transition Diagram (STD).....	83
4.4.4	Spesifikasi Proscs.....	91
4.5	Rancangan Tampilan Layar.....	151
4.5.1	Layar Login.....	151
4.5.2	Rancangan Informasi Pada Layar.....	152
4.5.3	Rancangan Layar Penutup.....	161
4.6	Manajemen SIE yang Diusulkan.....	162
4.6.1	Aktivitas yang Ada.....	161
4.6.2	Hardware yang Diperlukan.....	162
4.6.3	Software yang Diperlukan.....	163
4.6.4	Persniril yang Diperlukan.....	163
4.7	Jadwal Implementasi.....	164
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	165
5.1	Simpulan.....	165
5.2	Saran.....	166
	DAFTAR PUSTAKA.....	167
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	169
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	L1
	FOTOCOPY SURAT SURVEI	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan SIE, SIM, dan DSS.....	23
Tabel 2.2	Matrik SWOT.....	30
Tabel 3.1	Tabel tblcustomer.....	51
Tabel 3.2	Tabel tblsales.....	51
Tabel 3.3	Tabel v_faktur.....	52
Tabel 3.4	Tabel v_faktur_d.....	52
Tabel 3.5	Tabel tblpo.....	53
Tabel 3.6	Tabel tblpo_d.....	53
Tabel 3.7	Tabel tblsjalan.....	54
Tabel 3.8	Tabel tblsjalan_d.....	54
Tabel 3.9	Tabel tblstok.....	54
Tabel 3.10	Tabel tblvencdor.....	55
Tabel 3.11	Tabel tblwilayah.....	55
Tabel 3.12	Tabel tblain.....	56
Tabel 3.13	Tabel tblain_d.....	56
Tabel 3.14	Tabel tblbyr.....	56
Tabel 3.15	Tabel tblbyr_d.....	57
Tabel 3.16	Tabel tbljual.....	57
Tabel 3.17	Tabel tbljual_d.....	58
Tabel 3.18	Tabel tbluser.....	58

Tabel 3.19	Tabel tblpromosi	58
Tabel 3.20	Tabel tbltarget	59
Tabel 3.21	Tabel Matriks SWOT	61
Tabel 3.22	Tabel CSF dan KPI	63
Tabel 4.1	Tabel Login	69
Tabel 4.2	Tabel M_Pesaing	69
Tabel 4.3	Tabel M_PesaingJual	69
Tabel 4.4	Tabel Q_Penjualan	70
Tabel 4.5	Tabel Q_PangsaPasar	70
Tabel 4.6	Tabel Q_ProdLaku	71
Tabel 4.7	Tabel Q_ProdKrgLaku	71
Tabel 4.8	Tabel Q_ProdRetur	71
Tabel 4.9	Tabel Q_Promosi	72
Tabel 4.10	Tabel Q_Retur	72
Tabel 4.11	Tabel Q_SalesRendah	73
Tabel 4.12	Tabel Q_SalesTinggi	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Level Organisasi Sistem Informasi.....	9
Gambar 2.2	Model Sistem Informasi Eksekutif.....	22
Gambar 2.3	Konsep Inti Pemasaran.....	25
Gambar 2.4	Konsep Penjualan.....	26
Gambar 2.5	Konsep Pemasaran.....	26
Gambar 3.1	Struktur Organisasi PT. Altama Surya Arsa.....	38
Gambar 3.2	Diagram Konteks.....	49
Gambar 3.3	Diagram Nol.....	50
Gambar 3.4	Entity Relationship Diagram.....	59
Gambar 4.1	Model SIE PT. Altama Surya Arsa.....	68
Gambar 4.2	Relasi Q_Penjualan.....	74
Gambar 4.3	Relasi Q_PangsaPasar.....	75
Gambar 4.4	Relasi Q_ProdLaku.....	76
Gambar 4.5	Relasi Q_ProdRetur.....	76
Gambar 4.6	Relasi Q_ProdKrgLaku.....	77
Gambar 4.7	Relasi Q_Promosi.....	78
Gambar 4.8	Relasi Q_Retur.....	79
Gambar 4.9	Relasi Q_SalcsRendah.....	80
Gambar 4.10	Relasi Q_SalesTinggi.....	81
Gambar 4.11	Rancangan Dialog.....	82
Gambar 4.12	STD Login.....	83

Gambar 4.13	STD Menu Utama.....	83
Gambar 4.14	STD Menu Eksternal.....	84
Gambar 4.15	STD Sub Menu Internal Analisa Penjualan.....	85
Gambar 4.16	STD Sub Menu Internal Analisa Barang.....	86
Gambar 4.17	STD Sub Menu Analisa Barang 10 Produk Paling Laku.....	86
Gambar 4.18	STD SubMenu Analisa Barang 10 Produk Kurang Laku.....	87
Gambar 4.19	STD SubMenu Analisa Barang 10 Produk Paling Sering di Retur ..	87
Gambar 4.20	STD SubMenu Internal Analisa Sales Person.....	88
Gambar 4.21	STD SubMenu Analisa Salesperson 5 Salesperson berkinerja Tertinggi.....	88
Gambar 4.22	STD SubMenu Analisa Salesperson 5 Salesperson berkinerja Terendah.....	89
Gambar 4.23	STD SubMenu Internal Analisa Retur.....	89
Gambar 4.24	STD SubMenu Analisa Promosi.....	90
Gambar 4.25	STD Menu Fasilitas.....	90
Gambar 4.26	Layar Tampilan Login.....	151
Gambar 4.27	Rancangan Layar Menu Utama.....	153
Gambar 4.28	Rancangan Layar Analisa Penjualan Per Produk.....	154
Gambar 4.29	Rancangan Layar Analisa Penjualan Per Customer.....	154
Gambar 4.30	Rancangan Layar Analisa Penjualan Per Salesperson.....	155
Gambar 4.31	Rancangan Layar Analisa Penjualan Per Wilayah.....	155
Gambar 4.32	Rancangan Layar 10 Produk Paling Laku.....	156
Gambar 4.33	Rancangan Layar 10 Produk Kurang Laku.....	156
Gambar 4.34	Rancangan Layar 10 Produk Yang Sering Diretur.....	157

Gambar 4.35	Rancangan Layar 5 Salesperson Berkinerja Tinggi.....	158
Gambar 4.36	Rancangan Layar 5 Salesperson Berkinerja Rendah.....	158
Gambar 4.37	Rancangan Layar Analisa Promosi.....	159
Gambar 4.38	Rancangan Layar Analisa Retur Per Produk.....	160
Gambar 4.39	Rancangan Layar Pangsa Pasar.....	161
Gambar 4.40	Layar Penutup.....	161
Gambar 4.41	Jadwal Implementasi.....	164

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tampilan Login.....	L-1
Lampiran 2	Tampilan Menu Utama.....	L-2
Lampiran 3	Tampilan Analisa Penjualan Per Customer Menurut Kuantitas dan Harga.....	L-2
Lampiran 4	Tampilan Analisa Penjualan Per Salesperson Menurut Kuantitas dan Harga.....	L-3
Lampiran 5	Tampilan Analisa Penjualan Per Produk Menurut Kuantitas dan Harga.....	L-3
Lampiran 6	Tampilan Analisa Penjualan Per Wilayah Menurut Kuantitas dan Harga.....	L-4
Lampiran 7	Tampilan 10 Produk Paling Laku.....	L-4
Lampiran 8	Tampilan 10 Produk Kurang Laku.....	L-5
Lampiran 9	Tampilan 10 Produk Yang Sering Diretur.....	L-5
Lampiran 10	Tampilan Analisa Retur Per Produk.....	L-6
Lampiran 11	Tampilan 5 Salesperson Berkinerja Tertinggi.....	L-6
Lampiran 12	Tampilan 5 Salesperson Berkinerja Terendah.....	L-7
Lampiran 13	Tampilan Analisa Promosi.....	L-7
Lampiran 14	Tampilan Pangsa Pasar.....	L-8
Lampiran 15	Tampilan Layar Penutup.....	L-8