

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Sistem Informasi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester 8 Tahun 2001

Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran
PT. Bukit Sentul Tbk.

Yogie Mario	0223971842
Christo Rufinus	0223971897
Hengky Kurniawan	0223971932
Kelas/Kelompok	08 PSA/01

Abstrak.

Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran sangat diperlukan oleh setiap perusahaan agar para eksekutif dapat mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.

Metodologi Penelitian yang digunakan adalah metode analisis yaitu survei langsung ke lapangan dan wawancara langsung dengan eksekutif yang berwenang untuk memperoleh informasi dalam merancang sistem.

Rancangan Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran ini berupa penyediaan informasi yang cepat dan tepat disertai grafik dan fasilitas tambahan lainnya.

Dengan Sistem Informasi Eksekutif ini diharapkan dapat menyediakan informasi-informasi yang strategis kepada eksekutif sehingga dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Kata Kunci.

Sistem Informasi Eksekutif, Pemasaran.

PRAKATA

Segala puji syukur dan hormat kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerahnya, sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.

Tidak lupa kami ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak memberikan bimbingan, bantuan yang sangat berarti baik moril maupun materil, terutama kepada:

1. Ibu Theresia Widia Suryaningsih, M M, selaku Rektor universitas bina nusantara yang telah membrikan kepercayaan dan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Once Kurniawan, S.Kom, M M, selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahannya kepada kami.
3. Bapak Anthony Gospel, selaku Manajer Sales Receivable Dept. Head PT. Bukit Sentul Tbk. Yang telah memberikan waktu dan kesempatan, dorongan moral dan informasi yang dibutuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Ibu Henny Hendarti, S.Kom, M M, selaku Ketua Program Studi Komputer Akuntansi yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahannya kepada kami.
5. Orang tua, saudara-saudari kami yang telah banyak memberikan dukungan moril dan materil serta perhatian yang sangat berarti bagi kami.
6. Para dosen Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga bagi kami.

7. Teman-teman yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada kami.

Penulis juga mengharapkan usul serta saran yang dapat membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi PT. Bukit Sentul Tbk khususnya dan setiap pihak yang membutuhkan.

Jakarta, Mei 2001

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul Luar	
Halaman Judul Dalam	
Halaman Persetujuan <i>Softcover</i>	i
Abstrak	ii
Prakata	iii
Daftar Isi	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	ix

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Ruang Lingkup	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	2
1.4 Metodologi	3
1.5 Sistematika Penulisan	4

BAB 2 LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Dasar Sistem Informasi	6
2.1.1 Pengertian Sistem	6
2.1.2 Pengertian Informasi	6
2.2 Pengertian Sistem Informasi	6
2.3 Pengertian Sistem Informasi Eksekutif	7

2.3.1 Karakteristik SIE	7
2.3.2 Komponen Utama SIE	8
2.3.3 Analisis CSF	9
2.3.4 Model SIE	10
2.4 Kebutuhan Informasi oleh Eksekutif	12
2.4.1 Keuntungan dan kerugian SIE	12
2.5 Pengertian Pemasaran	17
2.5.1 Pengertian Sistem Informasi Pemasaran	18
2.5.2 Bauran Pemasaran	18
2.5.3 Analisis SWOT	20
BAB 3 ANALISIS SISTEM YANG BERJALAN	
3.1 Gambaran Umum	22
3.1.1 Struktur Organisasi	23
3.1.2 Tugas dan Wewenang	25
3.2 Sistem Informasi yang berjalan	28
3.3 Database yang digunakan	32
3.4 Identifikasi masalah dan analisis kebutuhan	33
3.4.1 Analisis SWOT	33
3.4.2 Analisis CSF	34
3.4.3 Permasalahan yang dihadapi	35
3.4.4 Pemecahan masalah	35
BAB 4 SISTEM YANG DI USULKAN	
4.1 Arsitektur Sistem	37
4.2 Spesifikasi Database SIE	39

4.3 Rancangan Dialog	42
4.3.1 Rancangan Output	43
4.3.2 STD	49
4.4 Spesifikasi Proses	53
4.5 Tata Laksana Sistem Yang Diusulkan	58
4.5.1 Sistem Informasi	58
4.5.2 SIE	60
4.5.3 Jadwal Pengolahan	62
4.6 Hasil Pengembangan dan Evaluasi Sistem	63
4.6.1 Evaluasi Sistem	63
4.6.2 Analisis Sistem yang diusulkan	63
4.6.3 Hasil run / gambar-gambar tampilan	64
4.6.4 Kelebihan Sistem	85
4.6.5 Keterbatasan Sistem	85
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	86
5.2 Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	89
LAMPIRAN- LAMPIRAN	
FOTO COPY SURAT SURVEI	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel MSPelanggan	32
Tabel 3.2 Tabel Sales	32
Tabel 3.3 Tabel Transaksi	33
Tabel 3.4 Tabel MSInventory	33
Tabel 4.1 Tabel Inventory	39
Tabel 4.2 Tabel Costumer	40
Tabel 4.3 Tabel Clubs	40
Tabel 4.4 Tabel Pesaing	41
Tabel 4.5 Tabel Media Promosi	41
Tabel 4.6 Tabel Jadwal Pengolahan	63
Tabel 4.7 Tabel Evaluasi Perbandingan Sistem	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model EIS	11
Gambar 2.2 Piramida Tingkatan Sistem Informasi	15
Gambar 2.3 Hubungan Antara Sistem Informasi	17
Gambar 3.1 Struktur Organisasi	23
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Divisi Pemasaran	24
Gambar 3.3 Diagram Aksi	28
Gambar 3.4 Diagram Context	30
Gambar 3.5 Diagram Nol	31
Gambar 4.1 Arsitektur Sistem	38
Gambar 4.2 Rancangan Dialog	42
Gambar 4.3 Rancangan Output Menu Utama	43
Gambar 4.4 Rancangan Output Informasi Internal	43
Gambar 4.5 Rancangan Output Analisis Penjualan	44
Gambar 4.6 Rancangan Output Evaluasi Penjualan	44
Gambar 4.7 Rancangan Output Analisis Promosi	45
Gambar 4.8 Rancangan Output Efektifitas Promosi	45
Gambar 4.9 Rancangan Output Informasi Harga	46
Gambar 4.10 Rancangan Output Clubs	46
Gambar 4.11 Rancangan Output Informasi Eksternal	47
Gambar 4.12 Rancangan Output Informasi Pelanggan	47
Gambar 4.13 Rancangan Output Informasi Pesaing	48

Gambar 4.14 Rancangan Output Analisa Pangsa Pasar	48
Gambar 4.15 STD Menu Utama	49
Gambar 4.16 STD Menu Informasi Internal	50
Gambar 4.17 STD Menu Informasi Eksternal	50
Gambar 4.18 STD Menu Produk	51
Gambar 4.19 STD Menu Promosi	51
Gambar 4.20 STD Menu Harga	52
Gambar 4.21 STD Menu Distribusi	52
Gambar 4.22 Jaringan Sisfo	58
Gambar 4.23 Jaringan EIS	60
Gambar 4.24 Layar Login	64
Gambar 4.25 Menu Utama	65
Gambar 4.26 Informasi Internal	66
Gambar 4.27 Analisis Penjualan	67
Gambar 4.28 Grafik Analisis Penjualan	68
Gambar 4.29 Analisis Penjualan Detil	69
Gambar 4.30 Grafik Analisis Penjualan Detil	70
Gambar 4.31 Grafik Evaluasi Penjualan Berdasarkan Produk	71
Gambar 4.32 Detil Evaluasi Penjualan Berdasarkan Produk	72
Gambar 4.33 Analisis Promosi Berdasarkan Periode	73
Gambar 4.34 Grafik Analisis Promosi Berdasarkan Periode	74
Gambar 4.35 Efektifitas Promosi Terhadap Penjualan	75
Gambar 4.36 Informasi Harga	76
Gambar 4.37 Informasi Member Clubs	77

Gambar 4.38 Informasi Member Clubs	78
Gambar 4.39 Informasi Eksternal	79
Gambar 4.40 Informasi Pelanggan	80
Gambar 4.41 Informasi Pesaing	81
Gambar 4.42 Grafik Pangsa Pasar 1998	82
Gambar 4.43 Grafik Pangsa Pasar 1999	83
Gambar 4.44 Grafik Pangsa Pasar 2000	84