

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Jurusan Sistem Informasi
Program Studi Komputerisasi Akuntansi
Skripsi Sarjana Komputer
Semester Genap tahun 2002

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PEMASARAN PADA PT. KIA MOBIL INDONESIA

Yusrini 0223982046
Linda Noviani 0223982088
Kelas / Kelompok : MCA/01

Abstrak

Dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, PT. KIA Mobil Indonesia memerlukan suatu sistem informasi yang dapat membantu eksekutif untuk melakukan penelusuran dan analisis atas informasi yang dibutuhkan.

Penelitian dilakukan dengan cara survei dengan pihak yang bersangkutan pada PT. KIA Mobil Indonesia dan dari hasil penelitian dilanjutkan dengan perancangan Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran untuk PT. KIA Mobil Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam skripsi ini adalah analisis *critical success factor* dan analisis SWOT, sedangkan metode perancangan antara lain menggunakan *state transition diagram*, perancangan database, dan perancangan layar.

Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran merupakan alternatif pemecahan masalah bagi eksekutif yang menginginkan informasi pemasaran yang penting. Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran ini menghasilkan informasi internal dan eksternal dalam bentuk tabel dan grafik.

Sistem Informasi Eksekutif yang dirancang diharapkan dapat mendukung pemenuhan kebutuhan informasi bagi pihak eksekutif dalam penentuan strategi perusahaan.

Kata kunci

Sistem Informasi Eksekutif, Pemasaran

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugrah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata-1 Jurusan Sistem Informasi Program Studi Komputerisasi Akuntansi pada Universitas Bina Nusantara, Jakarta.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Orang Tua dan segenap keluarga tercinta yang telah memberikan dorongan moril dan materil serta doa kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Ir. Th. Widia S, MM, selaku Rektor Universitas Bina Nusantara, Jakarta.
3. Bapak Tedy Santoso S. Kom, MM, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan bimbingan kepada kami selama penulisan skripsi ini.
4. Bapak Idris Gautama, SE, S. Kom., MM, MBA selaku Ketua Program Studi Komputerisasi Akuntansi.
5. PT. KIA MOBIL INDONESIA yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengadakan riset pada perusahaan, guna memperoleh data yang diperlukan bagi penulisan skripsi ini.
6. Ibu Fritriyani selaku Staff bagian pemasaran yang juga telah memberikan banyak bantuan kepada kami dalam pengumpulan informasi yang kami perlukan.
7. Seluruh Dosen Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan ilmu yang berharga selama masa studi penulis di Universitas Bina Nusantara.

8. Seluruh teman-teman yang telah memberikan saran dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman dari penulis, maka kritik serta saran sangatlah penulis harapkan untuk mencapai hasil yang lebih baik lagi. Penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi dunia pendidikan serta memberikan manfaat bagi pembaca yang sedang mempelajari atau merancang Sistem Informasi Eksekutif.

Jakarta, 10 Juni 2002

Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------|-----|
| Halaman Judul Luar | |
| Halaman Judul Dalam | i |
| Halaman Persetujuan <i>Hardcover</i> | ii |
| Abstrak | iii |
| Prakata | iv |
| Daftar Isi | vi |
| Daftar Tabel | ix |
| Daftar Gambar | x |
| Daftar lampiran | xii |

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 LANDASAN TEORI

| | | |
|-------|--|----|
| 2.1 | Sistem Informasi Eksekutif (SIE) | 6 |
| 2.1.1 | Pengertian Sistem Informasi | 6 |
| 2.1.2 | Tingkatan Sistem Informasi | 7 |
| 2.1.3 | Pengertian Sistem Informasi Eksekutif | 9 |
| 2.1.4 | Karakteristik Sistem Informasi Eksekutif | 9 |
| 2.1.5 | Konsep-Konsep Manajemen dalam SIE | 12 |
| 2.1.6 | Model Sistem Informasi Eksekutif | 13 |
| 2.1.7 | Diagram Aliran Data (DFD) | 16 |
| 2.1.8 | <i>State Transition Diagram</i> (STD) | 17 |

| | | |
|-------|--------------------------------|----|
| 2.2 | Teori Pemasaran | 18 |
| 2.2.1 | Pengertian Pemasaran | 18 |
| 2.2.2 | Konsep Pemasaran | 18 |
| 2.2.3 | Strategi Pemasaran | 19 |
| 2.2.4 | Bauran Pemasaran | 20 |
| 2.2.5 | Sistem Informasi Pemasaran | 22 |
| 2.2.6 | Konsep Sistem Pemasaran | 23 |
| 2.2.7 | <i>Forecasting</i> (Peramalan) | 24 |
| 2.2.8 | Analisa SWOT | 24 |
| 2.2.9 | Penjadwalan | 25 |

BAB 3 SISTEM YANG BERJALAN

| | | |
|-------|--|----|
| 3.1 | Riwayat Perusahaan | 27 |
| 3.1.1 | Sejarah Perusahaan | 27 |
| 3.1.2 | Struktur Organisasi Perusahaan | 29 |
| 3.1.3 | Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab | 30 |
| 3.2 | Tata Laksana dan Prosedur yang Sedang Berjalan | 35 |
| 3.2.1 | Tata Laksana Sistem Pemasaran pada Perusahaan | 35 |
| 3.2.2 | Diagram Hubungan | 37 |
| 3.2.3 | Diagram Nol | 38 |
| 3.3 | Basis Data yang Digunakan | 39 |
| 3.4 | Analisis CSF | 42 |
| 3.5 | Analisis SWOT | 43 |
| 3.6 | Permasalahan yang Dihadapi oleh Perusahaan | 44 |
| 3.7 | Alternatif Pemecahan Masalah yang Diusulkan untuk Perusahaan | 45 |

BAB 4 RANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN

| | | |
|-------|--|----|
| 4.1 | Rancangan Model | 46 |
| 4.1.1 | Model Sistem Informasi Eksekutif | 47 |
| 4.2 | Spesifikasi Database SIE | 48 |
| 4.2.1 | Spesifikasi proses Transformasi Database | 53 |
| 4.3 | Rancangan Dialog | 54 |

| | | |
|-----------------------------------|------------------------------------|-----|
| 4.3.1 | State Transition Diagram | 55 |
| 4.3.2 | Rancangan Layar | 59 |
| 4.4 | Spesifikasi Proses | 76 |
| 4.5 | Tata Laksana Sistem Yang Diusulkan | 81 |
| 4.6 | Evaluasi Sistem | 82 |
| 4.7 | Jadwal Implementasi | 84 |
| BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN | | |
| 5.1 | Kesimpulan | 85 |
| 5.2 | Saran | 86 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 87 |
| DAFTAR RIWAYAT HIDUP | | 89 |
| LAMPIRAN | | L-1 |
| FOTOCOPY SURAT SURVEI | | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|---------------------------------|----|
| Tabel 3.1 | File Master Produksi | 39 |
| Tabel 3.2 | File Master Distributor | 39 |
| Tabel 3.3 | File Master Pesaing | 39 |
| Tabel 3.4 | File Header Transaksi Penjualan | 40 |
| Tabel 3.5 | File Detail Transaksi Penjualan | 40 |
| Tabel 3.6 | File Pelanggan | 40 |
| Tabel 3.7 | File Surat Jalan | 41 |
| Tabel 3.8 | File Header PO | 41 |
| Tabel 3.9 | File Detail PO | 41 |
| Tabel 3.10 | File Master Promosi | 42 |
| Tabel 3.11 | Analisis SWOT | 43 |
| Tabel 4.1 | Tr Penjualan | 49 |
| Tabel 4.2 | Ms Produk | 49 |
| Tabel 4.3 | Ms Pesaing | 50 |
| Tabel 4.4 | File Promosi1 | 50 |
| Tabel 4.5 | File Promosi2 | 51 |
| Tabel 4.6 | Ms Wilayah | 51 |
| Tabel 4.7 | File Forecasting | 52 |
| Tabel 4.8 | File Pangsa Pasar | 52 |
| Tabel 4.9 | File Ms Pelanggan | 52 |
| Tabel 4.10 | Jadwal Implementasi | 84 |

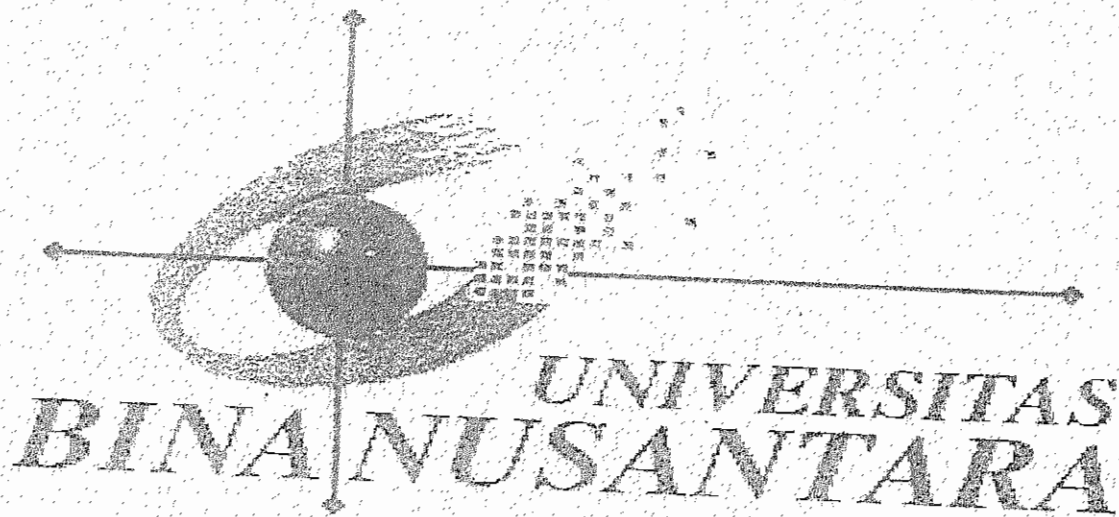
DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-------------|--|----|
| Gambar 2.1 | Hubungan Sistem Informasi, Tipe Sistem Informasi dan Pengguna Sistem Informasi | 8 |
| Gambar 2.2 | Model Sistem Informasi Eksekutif (SIE) | 15 |
| Gambar 2.3 | Konsep Sistem Informasi Pemasaran | 23 |
| Gambar 3.1 | Struktur Organisasi | 29 |
| Gambar 3.2 | Diagram Hubungan | 37 |
| Gambar 3.3 | Diagram Nol | 38 |
| Gambar 4.1 | Model SIE yang dirancang | 47 |
| Gambar 4.2 | Rancangan Dialog yang diusulkan | 54 |
| Gambar 4.3 | Diagram STD untuk Menu Utama | 55 |
| Gambar 4.4 | Diagram STD untuk Menu Internal | 56 |
| Gambar 4.5 | Diagram Transisi untuk Menu Eksternal | 57 |
| Gambar 4.6 | Diagram STD untuk Menu Fasilitas | 58 |
| Gambar 4.7 | Rancangan Layar Logo | 59 |
| Gambar 4.8 | Rancangan Layar Password | 60 |
| Gambar 4.9 | Rancangan Layar Change Password | 61 |
| Gambar 4.10 | Rancangan Layar Menu Utama | 62 |
| Gambar 4.11 | Rancangan Layar Analisis Penjualan Produk Per Tahun | 63 |
| Gambar 4.12 | Rancangan Layar Analisis Penjualan Produk Per Bulan | 64 |
| Gambar 4.13 | Rancangan Layar Analisis Trend Penjualan | 65 |
| Gambar 4.14 | Rancangan Layar Analisis Biaya Promosi (Media Cetak) | 66 |

| | | |
|-------------|---|----|
| Gambar 4.15 | Rancangan Layar Analisis Biaya Promosi (Media Televisi) | 67 |
| Gambar 4.16 | Rancangan Layar Analisis Penjualan Mobil Berdasarkan Promosi Per Wilayah | 68 |
| Gambar 4.17 | Rancangan Layar Analisis Forecasting Per Bulan | 69 |
| Gambar 4.18 | Rancangan Layar Analisis Forecasting Berdasarkan Wilayah (Per Produk/Per Bulan) | 70 |
| Gambar 4.19 | Rancangan Layar Analisis Pangsa Pasar | 71 |
| Gambar 4.20 | Rancangan Layar Analisis Penjualan Pesaing | 72 |
| Gambar 4.21 | Rancangan Layar Evaluasi Produk Berdasarkan Nama Mobil | 73 |
| Gambar 4.22 | Rancangan Layar Evaluasi Harga Berdasarkan Wilayah | 74 |
| Gambar 4.23 | Rancangan Layar Menu Fasilitas | 75 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | | |
|---|---------------------------|--------|
| Lampiran 2.1 | Komponen DFD | L-1 |
| Lampiran 2.2 | Komponen STD | L-2 |
| Lampiran 4.1 | Kuesioner Evaluasi Sistem | L-3 |
| Layar Logo | | L-4 ✓ |
| Layar Password | | L-5 ✓ |
| Layar Change Password | | L-6 |
| Layar Menu Utama | | L-7 |
| Layar Analisis Penjualan Produk Per Tahun | | L-8 ✓ |
| Layar Analisis Penjualan Produk Per Bulan | | L-9 ✓ |
| Layar Analisis Trend Penjualan | | L-10 |
| Layar Analisis Penjualan Mobil Berdasarkan Promosi (Per Wilayah) | | L-11 |
| Layar Analisis Biaya Promosi (Media Cetak) | | L-12 ✓ |
| Layar Analisis Biaya Promosi (Media Televisi) | | L-13 ✓ |
| Layar Analisis Forecasting Per bulan | | L-14 ✓ |
| Layar Analisis Forecasting Berdasarkan Wilayah (Per Produk/Per Bulan) | | L-15 ✓ |
| Layar Evaluasi Harga Berdasarkan Wilayah | | L-16 |
| Layar Evaluasi Produk Berdasarkan Nama Mobil | | L-17 |
| Layar Analisis Penjualan Pesaing | | L-18 |
| Layar Analisis Pangsa Pasar | | L-19 ✓ |
| Layar Menu Fasilitas | | L-20 ✓ |



**UNIVERSITAS
BINA NUSANTARA**

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Seiring dengan perkembangan dan persaingan dunia bisnis, teknologi dan informasi yang semakin pesat seperti sekarang ini, informasi menjadi suatu kebutuhan yang mutlak diperlukan oleh para eksekutif perusahaan yang tentunya didukung oleh teknologi yang canggih untuk memenangkan persaingan. Mengingat situasi perekonomian di Indonesia sekarang ini dan dalam menghadapi persaingan di era globalisasi serta era perdagangan bebas di masa yang akan datang, maka setiap perusahaan harus menyiapkan strategi-strategi khusus untuk bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain baik yang bersifat asing maupun lokal.

PT. KIA MOBIL INDONESIA merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang otomotif. Salah satu divisi yang memegang peranan penting dalam meningkatkan perkembangan perusahaan ini adalah divisi pemasaran. Dalam operasionalnya, strategi yang diambil dan di jalankan oleh divisi ini, turut serta mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan, hal ini dapat tercapai dengan ketersediaan informasi yang merupakan sumber daya yang sangat diperlukan oleh perusahaan untuk melaksanakan kegiatan-kegiatannya, oleh karena itu perlu disediakan suatu sistem informasi yang dapat membantu dan mendukung para eksekutif perusahaan agar dapat bekerja secara lebih efektif dan efisien untuk memenangkan di bidang yang sama.

Sistem Informasi Eksekutif adalah sistem yang dirancang untuk membantu menyajikan informasi secara ringkas dan interaktif, sehingga memudahkan eksekutif untuk menentukan langkah-langkah strategis dalam mencapai tujuan dan sasaran perusahaan. Untuk membantu para eksekutif didalam menunjang kegiatan pemasarannya maka kami menawarkan suatu alternatif sistem informasi yang tertuang dalam skripsi kami dengan judul "ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PEMASARAN PADA PT. KIA MOBIL INDONESIA".

1.2 Ruang Lingkup

Pada penulisan skripsi ini penulis membatasi ruang lingkup penelitian pada divisi pemasaran PT. KIA MOBIL INDONESIA. Penelitian yang dilakukan sebatas pada :

1. Product
2. Price
3. Place
4. Promotion

1.3 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari penulisan skripsi kami ini adalah sebagai berikut :

1. Menganalisa daya saing PT. KIA untuk meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Menganalisa kebutuhan eksekutif dalam pengambilan keputusan.
3. Membantu eksekutif dalam pengambilan keputusan.
4. Menganalisis dan merancang SIE pemasaran.

5. Sistem diharapkan mampu memberikan tampilan yang menarik dan mudah dipakai (*user friendly*).

Manfaat yang di harapkan dari penulisan skripsi ini antara lain :

1. Membantu eksekutif dalam menentukan strategi-strategi bisnis yang tepat untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.
2. Eksekutif dapat menentukan arah dan tujuan perusahaan dengan bantuan SIE.
3. Sistem yang dirancang dapat membantu eksekutif dalam pengambilan keputusan yang bersifat strategi dan kritis.
4. Kemudahan dalam mendapatkan informasi yang cepat dan akurat dalam mendukung tugas dan tanggung jawab eksekutif pemasaran PT KIA.
5. Membantu eksekutif dalam memonitor kinerja divisi pemasaran secara menyeluruh.

1.4 Metodologi Penelitian

Dalam menganalisis dan merancang SIE PT. KIA MOBIL INDONESIA, penulis menggunakan metode-metode berikut :

1. Metode Pustaka

Mempelajari teori-teori atau penelitian-penelitian yang berkaitan dengan SIE dan pemasaran.

2. Metode Analisis

Penulis secara langsung mewawancarai pihak-pihak internal pada PT. KIA dan melakukan penelitian untuk melihat secara langsung kegiatan operasional terutama kegiatan pemasaran untuk mendapatkan informasi dan untuk mengetahui kebutuhan-kebutuhan oleh eksekutif.

3. Metode Perancangan

Untuk menggambarkan sistem yang diusulkan penulis menggunakan STD (*State Transition Diagram*). Dan untuk memenuhi kebutuhan serta menyelesaikan masalah yang ada penulis menggunakan alat bantu piranti lunak Microsoft Visual Basic dan Microsoft Access. Di harapkan hasil yang akan diperoleh dapat membantu pihak eksekutif sehingga dapat melakukan perencanaan strategis dan pengambilan keputusan dengan lebih baik lagi.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan mengetahui dan mengerti isi skripsi maka penulis membagi penulisan skripsi ini menjadi lima Bab, sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi penjelasan latar belakang penulisan skripsi, ruang lingkup pembahasan yang mendasari penulisan, tujuan dan manfaat penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian dan sistematika dalam penulisan skripsi.

Bab 2 Landasan Teori

Bab ini berisi tentang penjelasan teori-teori yang mendasari penelitian ini, diantaranya teori-teori tentang sistem informasi (seperti Sistem Informasi Manajemen, Sistem Informasi Eksekutif dan Sistem Pengambilan Keputusan).

Bab 3 Analisis Kebutuhan Sistem

Di dalam bab ini dikemukakan sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi, pembagian tugas dan wewenang masing-

masing bagian, sistem informasi yang sedang berjalan, basis data yang digunakan, identifikasi masalah dan analisis kebutuhan perusahaan.

Bab 4 Sistem Yang Diusulkan

Bab ini berisi tentang analisis dan perancangan sistem baru, solusi dari masalah yang dihadapi, seperti : rancangan model, rancangan database baru yang telah dinormalisasikan, rancangan dialog, spesifikasi proses, tata laksana sistem yang diusulkan, hasil pengembangan dan evaluasi sistem.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Pada bab terakhir ini, dikemukakan kesimpulan dari hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan serta saran-saran kepada pihak-pihak yang berkepentingan sehingga tujuan dan manfaat dari penulisan skripsi ini tercapai.