

**MODEL SISTEM INFORMASI PEMASARAN YANG DAPAT
MENGHASILKAN KETEPATAN SKEDUL PENGIRIMAN
UNTUK EFISIENSI BIAYA PENGIRIMAN PADA PT "D"**

TESIS

**SURIANI ALAM GUNAWAN
8112406005**



No. INDUK	
TGL TERIMA	21-04-2009
DI	MM
WILAYAH	
NO BUKU	
P. KE	

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JUNI 2008**

**MODEL SISTEM INFORMASI PEMASARAN YANG DAPAT
MENGHASILKAN KETEPATAN SKEDUL PENGIRIMAN
UNTUK EFISIENSI BIAYA PENGIRIMAN PADA PT “D”**

T E S I S

**Diajukan kepada
Universitas Katolik Widya Mandala
untuk memenuhi persyaratan
dalam menyelesaikan program Magister Manajemen**

OLEH:

**SURIANI ALAM GUNAWAN
NIM : 8112406005**

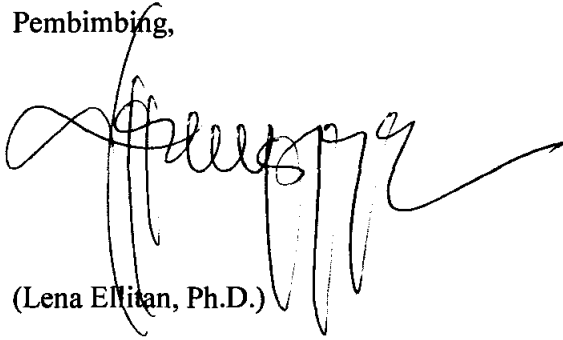
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
JUNI 2008**

HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING TESIS

Tesis oleh Suriani Alam Gunawan ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Surabaya, 25 Juni 2008

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Lena Elitan', with a long horizontal stroke extending to the right.

(Lena Elitan, Ph.D.)

HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI TESIS

Tesis ini telah diuji dan dinilai

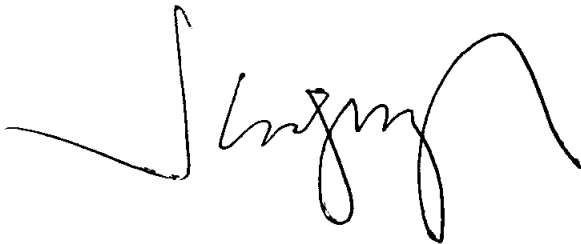
Oleh Panitia Penguji pada

Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya

Pada 10 Juli 2008

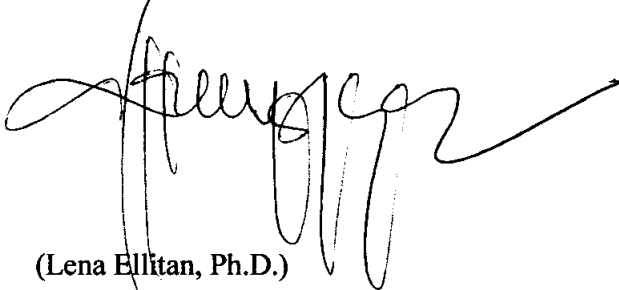
Panitia Penguji

1. Ketua



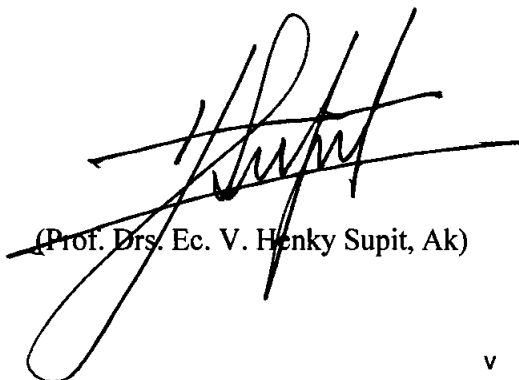
(Prof. Dr. Drs. Ec. Soedjono Abipraja)

2. Sekretaris



(Lena Ellitan, Ph.D.)

3. Anggota

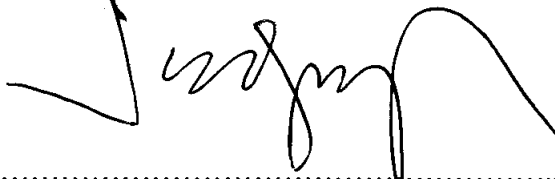


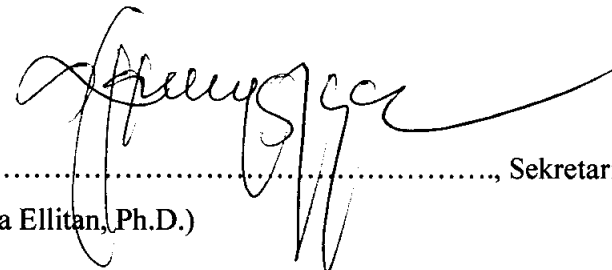
(Prof. Drs. Ec. V. Henky Supit, Ak)

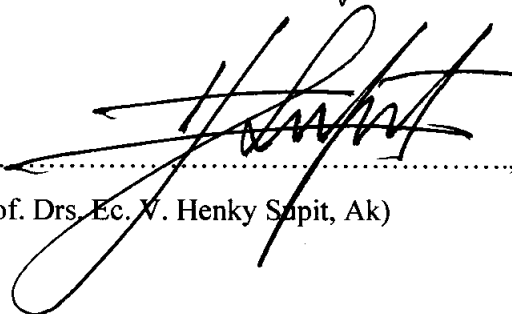
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TESIS

Tesis oleh Suriani Alam Gunawan ini telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal 10 Juli 2008

Dewan Penguji

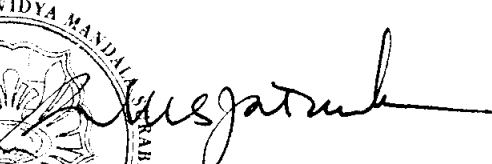

....., Ketua
(Prof. Dr. Drs. Ec. Soedjono Abipraja)


....., Sekretaris
(Lena Ellitan, Ph.D.)


....., Anggota
(Prof. Drs. Ec. V. Henky Sapit, Ak)

Mengetahui,

Direktur Program Pascasarjana


(Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko)
NIK 121.82.0093



UCAPAN TERIMA KASIH

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan puji syukur yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan bimbingan dan berkatNya, penulis dapat dibukakan pikirannya, sehingga memiliki kemampuan dalam menyusun dan menyelesaikan tesis ini dengan baik.

Penulis juga mengucapkan terima kasih karena telah diberikan kesempatan untuk menuangkan ide-ide serta pemikiran penulis dalam bentuk tesis sebagai sarana bagi perkembangan pengetahuan penulis pribadi, perkembangan sistem informasi pada perusahaan dan sebagai bahan referensi bagi pembaca.

Penulis mendapatkan banyak dukungan, bimbingan dan juga semangat dari berbagai pihak demi terselesaikannya tesis ini sehingga pantas bagi penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. J. S. Ami Soewandi, selaku Rektor Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh Program Pasca Sarjana.
2. Prof. Dr. Wuri Soedjatmiko, selaku Direktur Program Pasca Sarjana yang bersedia meluangkan waktu untuk menyetujui pembuatan tesis ini.
3. Lena Ellitan, Ph.D., selaku pembimbing yang telah mendorong, membimbing, memberikan semangat, dan membantu penulis dalam proses pembuatan, perbaikan, dan penyelesaian tesis ini.
4. Segenap Dosen pengajar di Magister Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, baik yang secara langsung maupun tidak langsung telah

memberikan masukan dan juga arahan bagi penulis dalam proses penyusunan tesis ini.

5. Orang tua dan saudara dari penulis yang selalu memberikan semangat serta dukungan yang besar bagi penulis baik secara materiil maupun tidak.
6. Teman-teman Magister Manajemen Angkatan XIV yang benar-benar mendorong dan menunjukkan kerjasama yang besar selama perkuliahan hingga penyelesaian tesis ini.
7. Teman-teman di Perusahaan tempat penulis bekerja yang telah membantu penulis dalam melengkapi data dan memberikan informasi yang berguna bagi penulis dalam menyusun tesis.
8. Segenap Staf Perpustakaan yang telah menyediakan referensi bagi penulis serta membantu penulis dalam menemukan buku dan tesis pendahulu yang berhubungan dengan tesis penulis.
9. Segenap Staf Tata Usaha, Sdri. Vivi, Sdri. Novi dan Sdr. Hari yang telah menjadi sahabat yang baik bagi penulis dalam mendorong penulis untuk segera menyelesaikan tesis ini.

Selain nama-nama tersebut di atas, masih banyak lagi pihak yang memberikan dukungan yang tidak bisa penulis jelaskan satu per satu. Tanpa dukungan dan bantuan dari orang-orang tersebut, penulis tidak akan mampu menyelesaikan tesis ini. Penulis berharap tesis ini bisa menjadi bahan referensi yang bermanfaat bagi para pembaca nantinya.

Surabaya, Juni 2008

Penulis

ABSTRAK

ABSTRACT

In the business arena, competition is the one thing that cannot be avoided. Every company always tries to find internal advantages to face the rapid development and changes of industry. One thing that could be done is by developing information system that encompasses all of the company operation. The information system is expected to help the managers in controlling, monitoring, evaluating performance and requiring manager of each division to be responsible.

PT 'D' is a distributor of glaze ceramic floor and wall, which implements an integrated Marketing Information System. This information system allows the company to integrate the data of marketing division with other divisions. Therefore, the management could monitor emerged problem and take quick action efficient and effectively. The emerged problem is "What is the Marketing Information System model that could produce the accuracy of delivery schedule for efficiency delivery expenses of PT 'D'?"

This research is a qualitative naturalist research to explore Marketing Information System, using case study approximation. The method of data collection are interview, observation and document analysis, that involve in Finance & Accounting Department, Marketing Department, Distribution Department, Information and Technology Department, and Human Resource and Development Department of PT 'D'.

The implemented system used Enterprise Information System that allowed information to be distributed at the same time. Report is one of the results of output subsystem, which had been transformed from input subsystem through the database. This study is done as a way to help the company to evaluate the implemented Marketing Information System for next development.

The improvement is needed by adding delivery schedule in Marketing Information System to achieve efficiency of delivery expense. Decision Support System is to be added to support users in decision making of delivery problem. Synchronizing data using Executive Information System enabled to interpretation of data in picture, graphic, table and standard report.

The successful implementation of information system depends on the management commitment that supported by all users. On the other hand, it needs to be sure that there are proper human resources, well trained, and continuously evaluated. The continuous evaluation can minimize deviation of system implementation.

Key Words: *Marketing Information System, Enterprise Information System, Decision Support System, Executive Information System*

ABSTRAK

Di dalam arena bisnis, persaingan adalah salah satu hal yang tidak terelakkan. Setiap perusahaan selalu berusaha menemukan keunggulan internal untuk menghadapi perubahan dan perkembangan industri yang cepat. Salah satunya adalah dengan mengembangkan sistem informasi yang dapat mencakup semua operasional perusahaan. Diharapkan sistem informasi dapat membantu para manajer untuk mengontrol, memonitor, mengevaluasi kinerja dan meminta pertanggungjawaban manajer masing-masing divisi.

PT 'D' adalah perusahaan distributor keramik lantai dan dinding, yang telah menerapkan Sistem Informasi Pemasaran yang terintegrasi. Sistem informasi ini memungkinkan perusahaan mengintegrasikan data divisi pemasaran dengan divisi lainnya. Dengan demikian, pihak manajemen mampu memantau permasalahan yang timbul dan mengambil tindakan dengan cepat secara efisien dan efektif. Masalah yang timbul adalah "Bagaimana model Sistem Informasi Pemasaran yang dapat menghasilkan ketepatan skedul pengiriman untuk efisiensi biaya pengiriman pada PT 'D'?"

Penelitian ini merupakan penelitian naturalis kualitatif yang akan mengeksplorasi Sistem Informasi Pemasaran, dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah wawancara, observasi dan analisis dokumentasi, yang melibatkan *Finance and Accounting Department*, *Marketing Department*, *Distribution Department*, *Information and Technology Department*, dan *Human Resource and Development Department* PT 'D'.

Sistem yang digunakan perusahaan telah menggunakan Sistem Informasi *Enterprise* yang memungkinkan informasi terdistribusi dalam waktu yang sama. Laporan merupakan salah satu hasil dari subsistem *output*, yang telah ditransformasikan dari subsistem *input* melalui database. Studi ini dilakukan untuk membantu perusahaan mengevaluasi Sistem Informasi Pemasaran yang ada guna pengembangan lebih lanjut.

Perbaikan yang perlu dilakukan adalah dengan menambahkan skedul pengiriman pada Sistem Informasi Pemasaran untuk efisiensi biaya pengiriman. Penambahan *Decision Support System* sebagai penunjang *user* dalam mengambil keputusan atas permasalahan pengiriman yang terjadi. Sinkronisasi data dengan menggunakan *Executive Information System* memungkinkan data diterjemahkan dalam bentuk gambar, grafik, tabel dan laporan baku.

Keberhasilan penerapan sistem informasi tergantung kepada adanya komitmen manajemen yang didukung oleh seluruh pengguna sistem. Di lain pihak, juga perlu dipastikan terdapat sumber daya manusia yang memadai, terlatih, dan terevaluasi secara terus-menerus. Evaluasi yang berkesinambungan dapat meminimalkan penyimpangan penerapan sistem.

Kata kunci: Sistem Informasi Pemasaran, Sistem Informasi *Enterprise*, Sistem Pendukung Keputusan, Sistem Informasi *Executive*

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan	i
Halaman Sampul Dalam	ii
Halaman Prasyarat Gelar	iii
Halaman Persetujuan Pembimbing Tesis	iv
Halaman Penetapan Panitia Penguji	v
Halaman Persetujuan dan Pengesahan Tesis	vi
Ucapan Terima Kasih	vii
Abstrak	ix
<i>Abstract</i>	x
Daftar Isi	xi
Daftar Tabel	xvi
Daftar Gambar	xvii
 BAB 1: PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang Permasalahan	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Bagi Peneliti	4
1.4.2 Bagi Perusahaan	4

BAB 2: TINJAUAN KEPUSTAKAAN	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 Teknologi Informasi	5
2.1.2 Sistem Pengolahan Transaksi (<i>Transaction Processing Systems</i>)	7
2.1.3 Sistem Informasi Manajemen (<i>Management Information System</i>)	8
2.1.4 Sistem Informasi Pemasaran (<i>Marketing Information Systems</i>)	11
2.1.5 Sistem Pendukung Keputusan (<i>Decision Support Systems</i>)	14
2.1.5.1 Tahapan Pengambilan Keputusan (<i>Problem-Solving Phases</i>)	14
2.1.5.2 Elemen-elemen Proses Pemecahan Masalah (<i>Elements of a Problem-Solving Process</i>) ...	16
2.1.5.3 Pemilihan Solusi Terbaik (<i>Selecting the Best Solution</i>)	18
2.1.5.4 Tipe Keputusan (<i>Types of Decisions</i>)	19
2.1.5.5 Konsep Sistem Pendukung Keputusan (<i>The Decision Support Systems Concept</i>)	19
2.1.5.6 Tujuan <i>Decision Support Systems</i>	24
2.1.6 Kecerdasan Buatan (<i>Artificial Intelligence</i>)	25
2.1.7 Sistem Pakar (<i>Expert System</i>)	27

2.1.8	Sistem Informasi <i>Enterprise (Enterprise Information System)</i>	32
BAB 3: KERANGKA ALUR PENELITIAN		35
3.1	Subsistem <i>Input</i> dan <i>Output</i> pada Sistem Informasi Pemasaran	36
3.2	<i>Database</i>	37
3.3	Manfaat yang Diperoleh	37
BAB 4: METODE PENELITIAN		38
4.1	Jenis Penelitian	38
4.2	Batasan Penelitian	40
4.3	Lokasi Penelitian	41
4.4	Jadual dan Waktu Penelitian	41
4.5	Desain Penelitian	42
4.6	Pertanyaan Penelitian	42
4.7	Sumber dan Jenis Data	42
4.8	Pertanyaan Protokol	44
BAB 5: ANALISIS HASIL PENELITIAN		47
5.1	Sejarah Singkat Perusahaan	47
5.2	Filosofi Perusahaan, Visi dan Misi	47
5.3	Manajemen dan Sumber Daya Manusia	48
5.4	Distribusi dan Pasar	49

5.5	Struktur Organisasi	52
5.6	Proses Penyusunan Skedul Pengiriman	57
5.7	Model Sistem Informasi Pemasaran	62
5.7.1	<i>Transaction Processing System</i>	62
5.7.1.1	Master Item Barang	62
5.7.1.2	Master Pelanggan	65
5.7.1.3	Master Pemasok Keramik	67
5.7.1.4	Master Ekspedisi	70
5.7.2	<i>Marketing Research Subsystem</i>	72
5.7.3	<i>Marketing Intelligence subsystem</i>	72
BAB 6: PEMBAHASAN		73
6.1	Proses Penyusunan Skedul Pengiriman	74
6.2	Model Sistem Informasi Pemasaran	78
6.2.1	Master Skedul Pengiriman	78
6.2.2	Laporan Skedul Pengiriman	79
6.2.3	Sistem Pendukung Keputusan (<i>Decission Support System</i>)	80
6.3	Sistem Informasi <i>Enterprise (Enterprise Information System)</i> ..	85
BAB 7: SIMPULAN DAN SARAN		91
7.1	Simpulan	91
7.2	Saran	93

DAFTAR KEPUSTAKAAN 94

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
5.1 Segmentasi Merek Produk dan Pelanggan PT 'D'	51
5.2 Skedul Pengiriman PT 'D'	61
5.3 Penjelasan Skedul Pengiriman PT 'D'	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Tekanan Bisnis yang Utama	5
2.2 <i>A Model of a Transaction Processing System</i>	8
2.3 Tiga Peran Utama dari Sistem Informasi	9
2.4 Model Informasi Manajemen	11
2.5 <i>A Model of a Marketing Information System</i>	14
2.6 <i>Elements of the Problem-Solving Process</i>	18
2.7 <i>A DSS Model That Incorporates Group Decision Support, OLAP, and Artificial Intelligence</i>	21
2.8 <i>Areas of Artificial Intelligence</i>	27
2.9 <i>An Expert System Model</i>	28
2.10 <i>Executive Information Systems Setting Atop Business Area System Information system</i>	34
3.1 Kerangka Alur Penelitian	35
5.1 <i>Sales Distribution PT 'D'</i>	50
5.2 <i>Market Distribution Process PT 'D'</i>	50
5.3 Struktur Organisasi PT 'D'	57
5.4 Alur Proses Penyusunan Skedul Pengiriman – Bagan 1	59
5.5 Alur Proses Penyusunan Skedul Pengiriman – Bagan 2	60
5.6 Master Item Barang	64

5.7	Master Pelanggan	67
5.8	Master Pemasok Keramik	69
5.9	Master Ekspedisi	71
6.1	Usulan Alur Proses Penyusunan Skedul Pengiriman – Bagan 1	76
6.2	Usulan Alur Proses Penyusunan Skedul Pengiriman – Bagan 2	77
6.3	Master Skedul Pengiriman	79
6.4	Laporan Skedul Pengiriman	80
6.5	Alur DSS untuk Penundaan Pengiriman	83
6.6	Alur DSS untuk Pengiriman Tidak Terbongkar	85
6.7	Laporan Permasalahan Pengiriman	86
6.8	Grafik Permasalahan Pengiriman Per Bulan	87
6.9	Laporan Penyebab Permasalahan Pengiriman	87
6.10	Grafik Penyebab Penundaan Pengiriman	88
6.11	Grafik Penyebab Pengiriman Tidak Terbongkar	88
6.12	Laporan Detail Penyebab Penundaan Pengiriman	89
6.13	Grafik Detail Penyebab Penundaan Pengiriman	89
6.14	Laporan Detail Penyebab Pengiriman Tidak Terbongkar	90
6.15	Grafik Detail Pengiriman Tidak Terbongkar	90