

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia pariwisata merupakan salah satu objek pembahasan yang cukup menarik pada saat ini. Karena perkembangan di bidang pariwisata dari waktu ke waktu yang semakin pesat dan cukup berpengaruh terhadap perekonomian suatu negara. Dengan adanya sektor pariwisata yang maju maka tidak menutup kemungkinan bahwa devisa negara tersebut akan meningkat. Namun berbeda halnya dengan yang terjadi sekarang di negara kita, dimana sektor pariwisata yang sebelumnya menjadi andalan sekarang tengah mengalami keterpurukan.

Berbagai ancaman dan aksi terorisme yang terjadi belakangan ini menyebabkan sektor pariwisata di Indonesia mengalami penurunan yang drastis. Ditambah lagi dengan munculnya wabah SARS yang menyebabkan setiap wisatawan yang ingin bepergian merasa was-was, begitu juga pemeriksaan yang dilakukan di setiap negara yang akan dikunjungi semakin diperketat.

Dalam menghadapi kondisi seperti sekarang, kebutuhan akan informasi yang akurat, cepat, dan terpercaya sangat diperlukan terutama bagi perusahaan-perusahaan yang mulai berkembang di bidangnya. Untuk memperoleh kebutuhan informasi yang akurat maka diperlukan teknologi yang memadai untuk pencapaian tujuan perusahaan. Karena dengan adanya teknologi yang canggih dalam pemenuhan kebutuhan informasi, diharapkan perusahaan akan dapat bersaing dan menganalisis serta mengambil keputusan secara cepat dan tepat.

Setiap perusahaan mempunyai strategi bisnis sendiri di mana dengan adanya strategi yang dijalankan tersebut diharapkan perusahaan dapat bertahan dan berkembang serta dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan yaitu memperoleh laba yang semaksimal mungkin dan meminimalkan biaya yang harus dikeluarkan. Pemasaran merupakan salah satu kegiatan penjualan dengan cara memperkenalkan produk barunya kepada *customer* dengan berbagai cara yang mampu menarik perhatian dari para *customer* tersebut. Oleh karena itulah pihak eksekutif membutuhkan informasi yang baik dan tepat (*Up To Date*).

PT RAMANTHA TOURS AND TRAVEL adalah suatu perusahaan jasa yang bergerak di bidang perjalanan wisata, dimana mereka menawarkan paket liburan baik dalam dan luar negeri. Selain itu mereka juga melayani reservasi tiket dan akomodasi bagi para *customer*. Perusahaan menyadari dalam menghadapi kondisi perekonomian seperti sekarang dibutuhkan strategi pemasaran dan pelayanan yang berbeda dari biasanya, guna meningkatkan penjualan. Untuk itulah dibutuhkan informasi yang tepat dan efektif. Sistem Informasi Eksekutif merupakan suatu pilihan yang dapat memudahkan para eksekutif untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan secara cepat dan terpercaya.

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, kami tertarik untuk melakukan penelitian perencanaan Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran pada PT RAMANTHA TOURS AND TRAVEL.

1.2 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian yang dilakukan penulis pada skripsi ini hanya mencakup bidang pemasaran pada PT. RAMANTHA TOURS AND TRAVEL saja. Di mana bidang pemasaran tersebut antara lain dalam informasi internal, meliputi:

- Produk : Informasi dan evaluasi mengenai jasa yang ditawarkan oleh PT. RAMANTHA TOURS AND TRAVEL.
- Harga : Informasi mengenai analisa harga terhadap paket jasa terjual.
- Wilayah : Informasi mengenai daerah-daerah pemasaran tiket dan paket wisata.
- Promosi : Informasi mengenai strategi pemasaran melalui promosi yang dilakukan perusahaan.

Sedangkan informasi eksternal berupa informasi harga pesaing.

1.2 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penulisan skripsi ini antara lain adalah untuk :

1. Memudahkan pihak eksekutif untuk mendapatkan informasi baik internal maupun eksternal yang akurat, ringkas, mudah di mengerti dan dapat diakses dengan cepat.
2. Menyusun usulan rancangan Sistem Informasi Eksekutif yang mampu menghasilkan informasi yang dibutuhkan oleh pihak manajemen perusahaan.
3. Menganalisis kebutuhan informasi tentang perkembangan dunia pariwisata untuk menunjang strategi perusahaan.

Manfaat yang dapat dicapai adalah :

1. Memudahkan pihak eksekutif untuk dapat melakukan analisis terhadap kecenderungan pasar.
2. Memberikan kemudahan bagi eksekutif untuk menentukan target operasi perusahaan, dan mengetahui perkembangan kegiatan usahanya khususnya dalam hal pemasaran.
3. Memberikan kemampuan untuk bersaing yang lebih baik dengan perusahaan lain.
4. Memudahkan pihak eksekutif dalam mengidentifikasi setiap masalah yang ada sejak dulu dan melakukan analisis, perencanaan, dan pengambilan keputusan.

1.3 Metodologi Penelitian

Dalam penulisan skripsi ini terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dengan metode sebagai berikut :

1. Metode Analisis

Pada metode ini, ada beberapa cara yang digunakan untuk melakukan analisis, antara lain terjun langsung ke lapangan dengan cara mewawancara pihak-pihak yang bersangkutan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Selain itu pengumpulan data dilakukan melalui 4 tahapan yaitu :

- a. Survei atas sistem yang sedang berjalan.
- b. Analisis terhadap hasil survei.
- c. Identifikasi kebutuhan informasi dan sistem.

- d. Studi kepustakaan untuk mengumpulkan data melalui buku-buku referensi yang terkait.

2. Metode Perancangan

Metode perancangan yang akan digunakan oleh penulis dalam menggambarkan Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran ini adalah rancangan model, rancangan database, rancangan STD, rancangan layar dan rencana implementasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disajikan dalam lima bab untuk memudahkan dan memperjelas pembahasan skripsi ini. Pokok pembahasan masing-masing bab antara lain:

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini, diuraikan tentang latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metode yang digunakan dalam menganalisis dan merancang Sistem Informasi Eksekutif dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan mengenai teori-teori yang dipakai dalam penulisan skripsi mengenai analisis dan perancangan Sistem Informasi Eksekutif antara lain mengenai:

- a. Teori mengenai Sistem Informasi
- b. Teori mengenai Sistem Informasi Eksekutif

- c. Teori mengenai Sistem Informasi Pemasaran
- d. Teori mengenai Analisis dan Perancangan
- e. Teori mengenai bidang usaha jasa pariwisata.

BAB 3 ANALISIS SISTEM YANG SEDANG BERJALAN

Dalam bab ini akan dibahas mengenai riwayat perusahaan, struktur organisasi perusahaan pembagian tugas dan wewenang dari tiap jabatan yang ada, sistem informasi yang sedang berjalan saat ini, CSF, Analisis SWOT untuk mengidentifikasi masalah dan usulan jalan keluar atau pemecahan bagi masalah tersebut.

BAB 4 RANCANGAN SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF YANG DIUSULKAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai Sistem Informasi Eksekutif yang diusulkan, perencanaan sistem yang didasarkan pada kebutuhan informasi bagi eksekutif, serta kebutuhan perangkat keras, perangkat lunak, dan perangkat jaringan yang dibutuhkan.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan berisi kesimpulan dari penulisan bab 1 sampai dengan bab 4, serta saran-saran yang diusulkan untuk pengembangan Sistem Informasi Eksekutif ini yang dapat dilakukan selanjutnya.