BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan di segala bidang, terutama di bidang teknologi dan informasi menjadikan suatu informasi sebagai suatu kebutuhan yang mutlak diperlukan oleh para eksekutif perusahaan. Informasi tersebut dikemas dalam suatu sistem informasi yang nantinya dapat digunakan oleh para eksekutif perusahaan untuk merencanakan dan menetapkan suatu langkah strategi perusahaan sehingga dapat meningkatkan produktifitas dan efisiensi perusahaan.

Masalah yang sering dihadapi oleh seorang eksekutif di dalam pengambilan keputusan tersebut adalah sulitnya memperoleh dan menggunakan informasi secara cepat dan tepat di dalam pengambilan keputusan dalam waktu yang singkat, melalui setumpuk berkas-berkas laporan yang disajikan kepadanya, dengan informasi-informasi yang tidak spesifik.

PT. Altama Surya Arsa bertindak sebagai distributor *tools* dan *home appliances*. Salah satu prinsip yang dimilikinya, yaitu selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Departemen pemasaran merupakan salah satu departemen utama yang sangat penting, dimana segala aktivitas pemasaran terdapat pada departemen ini. Departemen ini tidak akan dapat berjalan dengan baik apabila tidak ada sinkronisasi dan koordinasi dengan departemen lainnya. Maka dari itu, diperlukan suatu sistem informasi agar terjadi kekompakan

antara departemen satu dengan departemen lainnya sehingga para eksekutif di setiap departemen dapat dengan mudah mengkoordinasi departemen dan divisi dari departemennya masing-masing. Apabila hal ini terlaksana dengan baik, maka akan meningkatkan produktivitas dan efisiensi perusahaan. Terutama pada bagian penjualan memerlukan sistem informasi yang bisa menggambarkan kondisi perusahaan yang aktual dan akurat dari ringkasan laporan yang ada sehingga eksekutif bisa mengambil keputusan strategis di bidang pemasaran.

Sejauh ini sistem informasi yang ada baru bisa menghasilkan laporan yang rutin dan dalam bentuk detil sehingga eksekutif masih perlu melakukan pengolahan sendiri terhadap laporan tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Hal tersebut akan memperlambat kinerja eksekutif dalam pengambilan keputusan atau tindakan strategis. Oleh karena itu, diperlukan Sistem Informasi Eksekutif yang akan memberikan informasi dalam bentuk model dan grafik bukan hanya angka-angka dalam laporan agar bisa dimanfaatkan untuk melihat kondisi perusahaan dengan mudah dan cepat sehingga mempermudah pengambilan keputusan strategis perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk menyusun skripsi ini dalam judul **"ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PADA PT. ALTAMA SURYA ARSA (STUDI KASUS PEMASARAN)"**.

1.2 Ruang Lingkup

Pada penulisan skripsi ini, penelitian yang dilakukan sebatas pada analisis dan perancangan sistem informasi eksekutif untuk eksekutif pemasaran di PT. Altama Surya Arsa.

1.3 Tujuan dan Manfaat

Tujuan :

1. Menganalisa kebutuhan sistem informasi.
2. Menganalisa sistem informasi yang sedang berjalan.
3. Menemukan permasalahan dalam sistem informasi yang berjalan terutama bagi para eksekutif dalam membantu mereka memantau kondisi perusahaan dan menentukan langkah strategis yang perlu mereka buat.
4. Merancang sistem informasi eksekutif yang berguna bagi eksekutif dalam memantau kondisi perusahaan sehingga dapat menentukan keputusan strategis yang tepat dan bermanfaat bagi perkembangan perusahaan.
5. Mengusulkan prototipe SIE yang bermanfaat bagi eksekutif dalam bentuk hasil analisa dari laporan yang ada yang disajikan melalui grafik dan tabel, sehingga eksekutif dapat dengan mudah mengakses dan menganalisis data dalam rangka pengambilan keputusan yang sifatnya strategis.

Manfaat penelitian (penulisan skripsi) :

1. Memberikan gambaran yang menyeluruh tentang perkembangan di bidang pemasaran.
2. Memberikan informasi tentang kinerja perusahaan.

3. Membantu mengidentifikasi masalah yang terjadi di bidang pemasaran sehingga dapat mengambil langkah-langkah yang diperlukan.
4. Membantu ekskutif dalam menyusun strategi pemasaran dengan melihat kelebihan dan kekurangan yang ada dalam perusahaan sehingga mudah mengambil langkah-langkah yang diperlukan.
5. Memudahkan eksekutif untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat karena tersedia data-data yang aktual.

1.4 Metodologi Penelitian

Adapun metodologi yang digunakan penulis untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Metodologi Pustaka

   Melakukan studi pustaka sebagai sumber dasar teori penulisan dan pembuatan skripsi.

2. Metode Analisis

   Penulis mulai dengan melakukan survei untuk melihat sistem yang berjalan termasuk didalamnya melakukan wawancara dengan eksekutif untuk menemukan inti permasalahan yang bisa dijadikan landasan utama pembuatan skripsi kami yang bertema Sistem Informasi Eksekutif. Selanjutnya, penulis juga akan mencarikan pemecahan atas permasalahan tersebut beserta dengan alternatif pemecahan lainnya.

2. Metode Perancangan

Penulis akan mulai merancang model-model untuk memberikan gambaran sebagai pemecahan masalah. Model-model tersebut, yaitu model STD, rancangan user interface, rancangan basis data, dan rancangan layar.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas struktur skripsi yang dibuat, maka penulis membagi penulisan skripsi ini secara sistematika ke dalam 5 (lima) bab dan setiap bab dibagi lagi dalam sub-bab sebagai berikut :

Bab 1 Pendahuluan

Dalam bab ini dibahas latar belakang, ruang lingkup, tujuan dan manfaat, metodologi penelitian, serta sistematika penulisan skripsi.

Bab 2 Landasan Teori

Dalam bab ini menjelaskan pengertian umum atau teori-teori mengenai masalah yang akan dibahas, antara lain teori mengenai Sistem Informasi Eksekutif, Pemasaran, SWOT, dan CSF.

Bab 3 Analisis Kebutuhan Sistem Informasi

Membahas latar belakang perusahaan, sistem yang sedang berjalan, masalah-masalah yang dihadapi, analisis kebutuhan, Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT), dan Critical Success Factor (CSF) PT. Altama Surya Arsa.

Bab 4 Rancangan dan Implementasi Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran

Memberikan rancangan dan mengimplementasikan sistem informasi eksekutif bagian pemasaran.

Bab 5 Simpulan dan Saran

Berisi simpulan hasil penelitian dan saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.