

**LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH: JURNAL PENELITIAN**

Judul Karya Ilmiah : Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi
 Penulis : Falerianus Hendratno Suparman, **Vivine Nurcahyawati**, Sri Hariani Eko Wulandari
 Status Pengusul : ~~Mandiri~~ / **Utama** / Anggota
 Identitas Jurnal Ilmiah : a. Nama Jurnal : Jurnal JSIKA
 b. Nomor ISSN : 2338-137X
 c. Volume, Nomor, Bulan, Tahun : Vol 5, No 8, 2016
 d. Penerbit : Universitas Dinamika
 e. DOI artikel (jika ada) : -
 f. Alamat web jurnal : <https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/jsika>

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional/Internasional Bereputasi
 (beri tanda V pada kategori yang tepat) : Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
 : Jurnal Ilmiah Nasional /Nasional Terindeks di DOAJ, CABI, COPERNICUS

Hasil Penilaian Peer Review:

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi** <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)			1	0,8
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2,7
c. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi dan metodologi (30%)			3	2,5
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)			3	2,5
Total = (100%)			10	8,5
Nilai Pengusul				

Catatan Penilaian Artikel oleh Reviewer:

Ditambahkan ujicoba terhadap perancangan sistem-nya, baik dari sisi balancing DFD, normalisasi ER-D dan juga hasil perancangan sistem terhadap kebutuhan pengguna.

Surabaya, 20 - Juni - 2020
 Reviewer 1

Tan Amelia, S.Kom., M.MT.
 NIDN : 0728017602
 Unit kerja : Universitas Dinamika
 Jabatan Akademik Terakhir : Lektor
 Bidang Ilmu : Teknologi Informasi

**LEMBAR
HASIL PENILAIAN SEJAWAT SEBIDANG ATAU PEER REVIEW
KARYA ILMIAH: JURNAL PENELITIAN**

Judul Karya Ilmiah : Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi

Penulis : Falerianus Hendratno Suparman, **Vivine Nurcahyawati**, Sri Hariani Eko Wulandari

Status Pengusul : ~~Mandiri~~ / **Utama** / Anggota

Identitas Jurnal Ilmiah :

- a. Nama Jurnal : Jurnal JSIKA
- b. Nomor ISSN : 2338-137X
- c. Volume, Nomor, Bulan, Tahun : Vol 5, No 8, 2016
- d. Penerbit : Universitas Dinamika
- e. DOI artikel (jika ada) : -
- f. Alamat web jurnal : <https://jurnal.dinamika.ac.id/index.php/jsika>

Kategori Publikasi Jurnal Ilmiah : Jurnal Ilmiah Internasional/Internasional Bereputasi
(beri tanda V pada kategori yang tepat) : Jurnal Ilmiah Nasional Terakreditasi
 : Jurnal Ilmiah Nasional /Nasional Terindeks di DOAJ, CABI, COPERNICUS

Hasil Penilaian Peer Review:

Komponen Yang Dinilai	Nilai Maksimal Jurnal Ilmiah			Nilai Akhir Yang Diperoleh
	Internasional Bereputasi** <input type="checkbox"/>	Nasional Terakreditasi <input type="checkbox"/>	Nasional <input checked="" type="checkbox"/>	
a. Kelengkapan unsur isi artikel (10%)			1	1
b. Ruang lingkup dan kedalaman pembahasan (30%)			3	2,5
c. Kecukupan dan kemutakhiran data / informasi dan metodologi (30%)			3	2,5
d. Kelengkapan unsur dan kualitas terbitan/jurnal (30%)			3	2
Total = (100%)			10	8
Nilai Pengusul				

Penulis kedua dari tiga penulis pada jurnal nasional ber ISSN. Ruang lingkup dan kecukupan data cukup memadai. Kelengkapan unsur tulisan baik. Kualitas terbitan cukup.

Surabaya, 24 – Juni - 2020

Reviewer 2



Tri Sagirani, S.Kom.,M.MT.

NIDN : 0731017601

Unit kerja : Universitas Dinamika

Jabatan Akademik Terakhir : Lektor

Bidang Ilmu : Teknologi Informasi

OPEN
Journal

ISSN 2338-137X

JSIKA

STIKOM SURABAYA

Jurnal JSIKA

Jurnal JSIKA adalah jurnal yang menampung publikasi tentang sistem perangkat lunak dan perangkat keras yang mendukung aplikasi khususnya sistem informasi. Jurnal JSIKA menerbitkan artikel mengenai desain dan implementasi, data model, process model, algoritma, perangkat lunak dan perangkat keras untuk sistem informasi.

Bidang yang di cakupi meliputi isu-isu pengelolaan data seperti yang disajikan international conference (ACM SIGMOD, ACM PODS , VLDB , ICDE dan ICDT / EDBT) serta isu-isu yang berhubungan dengan data dari bidang data mining , pencarian informasi , internet dan cloud manajemen data , semantik web , sistem informasi visual dan audio, komputasi ilmiah , dan perilaku organisasi .

Journal Contact

Mailing Address

Sekretariat Jurnal JSIKA
Ruang Dosen Lantai 2 Gedung Merah Universitas Dinamika.
Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298
Telpon : 031-8721731, Fax : 031-8710218

Principal Contact

Anjik Sukmaaji

Kepala Program Studi Sistem Informasi
Universitas Dinamika
Kampus Pusat :
Redaksi Jurnal Sistem Informasi & Komputerisasi Akuntansi.
Lantai II Gedung Merah, ruang Dosen S1 Sistem Informasi.
Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya 60298.
<http://www.dinamika.ac.id>

Phone: +62 31 8721731 (717)

Fax: +62 31 8710218

Email: anjik@dinamika.ac.id

Support Contact

Anjik Sukmaaji

Email: anjik@dinamika.ac.id

ISSN: 2338-137X

Editorial Team

Editors

1. [Teguh Sutanto](#)
2. [Anjik Sukmaaji](#), Indonesia
3. [Norma Ningsih](#)
- 4.

Section Editors

1. [Teguh Sutanto](#)
2. [Norma Ningsih](#)

ISSN: 2338-137X

<u>Rancang Bangun Sistem Informasi Penggajian Karyawan Pada UD. NEW SEHATI</u>	<u>PDF</u>
<i>Noviani Aisyah, A.B. Tjandrarini, Pantjawati Sudharmaningtyas</i>	
<u>Sistem Informasi Penjualan pada UD . NEW SEHATI Pacet Mojokerto</u>	<u>PDF</u>
<i>Noviana Masita, A.B. Tjandrarini, Pantjawati Sudharmaningtyas</i>	
<u>Rancang Bangun Sistem Informasi Monitoring Dan Evaluasi Desa Mandiri Pangan Pada Badan Ketahanan Pangan Provinsi Jatim</u>	<u>PDF</u>
<i>Achmad Febriyan Salam, Sulistiowati Sulistiowati, Yoppy Mirza Maulana</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Pelaporan Kegiatan Guru Pendamping Kelas Sekolah Inklusif Se Kota Surabaya</u>	<u>PDF</u>
<i>Irfan Kurniawan Pratama Ardianto, Pantjawati Sudarmaningtyas, Ignatius Adrian Mastan</i>	
<u>RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI DANA BOS BERBASIS WEB DI DINAS PENDIDIKAN PROVINSI JAWA TIMUR</u>	<u>PDF</u>
<i>Noveri Ikhsan, Arifin Puji Widodo, Teguh Sutanto</i>	
<u>Dashboard Untuk Visualisasi Penjualan Voucher Pulsa Elektrik Di Rajawali Reload Mojokerto</u>	<u>PDF</u>
<i>Angga Khatulistiwa, Henry Bambang Setyawan, Anjik Sukmaaji</i>	
<u>Design And Implementation Of Customer Satisfaction Analysis In Pdam Surya Sembada Surabaya</u>	<u>PDF</u>
<i>Oktavianus Eko Pambudi Adi Nugroho, Sulistiowati Sulistiowati, Yoppy Mirza Maulana</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Pengelolaan Nilai Rapor Pada SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo</u>	<u>PDF</u>
<i>Tito Jiwa Anugerah, Januar Wibowo, Ayuningtyas Ayuningtyas</i>	
<u>Rancang Bangun Dashboard Untuk Visualisasi Produktivitas Bahan Baku Tebu Pada Pabrik Gula Gempolkrep</u>	<u>PDF</u>
<i>Welly Abdi Prayogi, Henry Bambang Setyawan, Anjik Sukmaaji</i>	
<u>Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Pemasaran pada PT Bahtera Global Solusi</u>	<u>PDF</u>
<i>Falerianus Hendratno Suparman, Vivine Nurcahyawati, Sri Hariani Eko Wulandari</i>	
<u>Design Applications To Increase Relevance To Search Thesis (A Case Study In Institute of Business and Information Stikom Surabaya Library)</u>	<u>PDF</u>
<i>Ikhsan Pratama Wahyudi, Tutut Wuriyanto, Sulistiowati Sulistiowati</i>	
<u>Rancang Bangun Ensiklopedia Tanaman Obat Berbasis Semantik Web</u>	<u>PDF</u>
<i>Febri Pradana Putra, Jusak Jusak, Ignatius Adrian Mastan</i>	
<u>The Design and Implementation of fund management Information System at Nida'ul Fitrah Surabaya foundation</u>	<u>PDF</u>
<i>Reza Said, Pantjawati Sudarmaningtyas, Ignatius Adrian Mastan</i>	
<u>Rancang Bangun Sistem Informasi Penjadwalan Produksi PT.Bukit Baja Anugrah</u>	<u>PDF</u>
<i>Chafida Muzdalifah, Arifin Puji Widodo, Henry Bambang Setyawan</i>	
<u>Rancang Bangun Sistem Informasi Perencanaan Dan Pengadaan Kebutuhan Bahan Baku Dengan Menggunakan Metode Lot For Lot Pada PT Bukit Baja Anugrah</u>	<u>PDF</u>

<i>Sari Zetari Irawan, Arifin Puji Widodo, Henry Bambang Setyawan</i>	
<u>RANCANG BANGUN APLIKASI PENCATATAN PENJUALAN KONSINYASI PADA PT.SEMESTA NUSTRADISTRINDO</u>	<u>PDF</u>
<i>Dyah Ayu Anggraeni, Mochammad Arifin, Ignatius Adrian Mastan</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Perencanaan Persediaan Bahan Baku Pada UMKM Fredshoes</u>	<u>PDF</u>
<i>Lulut Fitriyaningrum, Mochammad Arifin, Martinus Sony Erstiawan</i>	
<u>Design Of Information Systems On Salesman Operational Based On Android at CV. Dwi Star</u>	<u>PDF</u>
<i>Tri Evania Sugito, Tan Amelia, Teguh Sutanto</i>	
<u>DESIGN PUBLISHING SERVICE APPLICATIONS ARCHITECTURE LICENSE WITH ONE ROOF IN DISPERINDAG CITY OF PALANGKARAYA</u>	<u>PDF</u>
<i>Adventus Anggriawan, Antok Supriyanto, Mochammad Arifin</i>	
<u>Analysis of Stock Price Forecasting With ARIMA Method</u>	<u>PDF</u>
<i>Arif Rahman, Sulistiowati Sulistiowati, Julianto Lemantara</i>	
<u>Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada PT Goldfindo Intikayu Pratama Dengan Menggunakan Tahapan Anita Cassidy</u>	<u>PDF</u>
<i>Sara Zetira Irawan, Pantjawati Sudarmaningtyas, Erwin Sutomo</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Pencatatan Penjualan Suku Cadang dan Jasa Service Motor Berbasis Desktop Pada PT. AS MOTOR</u>	<u>PDF</u>
<i>Purwanto Purwanto, Erwin Sutomo, Rudi Santoso</i>	
<u>DESIGN APPROVAL REQUEST WORKFLOW APPLICATION NEEDS WORKSHOP ON HSE DEPARTMENT PT . BANGUN SARANA BAJA</u>	<u>PDF</u>
<i>Rangga Dinanta, Arifin Puji Widodo, Anjik Sukmaaji</i>	
<u>Audit Keamanan Sistem Akuntansi Enterprise PT. Gresik Cipta Sejahtera Berdasarkan Standar ISO 27002:2005</u>	<u>PDF</u>
<i>I Putu Narario Sastra, Haryanto Tanuwijaya, Erwin Sutomo</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Penjualan Kardus Pada UD. Stradus Surabaya</u>	<u>PDF</u>
<i>Era Norma Hidayah, Mochammad Arifin, Martinus Sony Erstiawan</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Service pada PT. Indo Bismar Komputer</u>	<u>PDF</u>
<i>Gemilang Citra Perdana, Mochammad Arifin, Martinus Sony Erstiawan</i>	
<u>Sistem Informasi Managemen Data Kaveling Pada PT. Surabaya Industrial Estate Rungkut</u>	<u>PDF</u>
<i>Ilham Eka Fauzi, Arifin Puji Widodo, Teguh Sutanto</i>	
<u>Rancang Bangun Aplikasi Self Planning & Motivation Untuk Membantu Keberhasilan Studi Mahasiswa</u>	<u>PDF</u>
<i>Muhammad Arijuddin, Erwin Sutomo, Sri Suhandiah</i>	

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA PT. BAHTERA GLOBAL SOLUSI

Falerianus Hendratno Suparman¹⁾ Vivine Nurcahyawati²⁾ Sri Hariani Eko Wulandari³⁾

Program Studi / Jurusan Sistem Informasi
Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
Jl. Raya KedungBaruk 98 Surabaya, 60298

Email : 1) falehendra@gmail.com, 2) vivine@stikom.edu, 3) yani@Stikom.edu

Abstract : *PT. Bahtera Global Solusi is a company engaged in providing IT services and product sales. IT products in the form of audio-visual products, computer, network solutions, security products, software telecommunications products and other office supplies. Marketing is one of the main factors that may affect the interests of the customer. Good marketing system and the right target, increases the purchasing power of customers and customer loyalty to the company. Therefore, it can increase profits for the company. Currently, the company still has obstacles in the marketing process. To market its products, the company must have the right marketing strategy to achieve the objectives of the company. In this case the company does not have a means of determining the marketing strategy is based on four criteria, ie based on place, price, product and promotion. From the above problems, the company wants to create a Marketing Information System. Marketing information system based 4p ie, place, price, promotion, and product needed to address marketing problems occurred at the company. The initial stage of the design of information systems in the form of information system design can be used as a cornerstone in building a marketing information system*

Keywords: *Marketing Mix, Analysis and Design.*

PT. Bahtera Global Solusi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa dan penjualan produk IT. Produk IT itu berupa produk audio visual, komputer, solusi jaringan, produk keamanan, perangkat lunak produk telekomunikasi, dan perlengkapan kantor lainnya. Perusahaan ini juga bekerjasama dengan distributor produk IT terkemuka seperti *Microsoft, Dell, HP*, dan masih banyak lagi. Perusahaan ini mempunyai beberapa cabang selain di Surabaya, yaitu Jakarta dan Medan. Daerah pemasarannya hampir merata di seluruh Indonesia.

PT. Bahtera Global Solusi memiliki lebih dari 100 pelanggan, baik dari pihak perusahaan maupun perseorangan. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, muncullah banyak perusahaan yang menawarkan produk-produk sejenis yang mengakibatkan pelanggan memiliki banyak pilihan. Sehingga, kekuatan tawar-menawar pelanggan semakin besar. Kemampuan perusahaan untuk terus berinteraksi dengan pelanggan sangat diperlukan. Melalui promosi dan penyampaian informasi mengenai produk perusahaan yang terus menerus kepada pelanggan membuat pelanggan merasa diperhatikan sama perusahaan, sehingga

berpeluang untuk terjadinya penjualan berulang antara perusahaan dengan pelanggannya.

Pemasaran merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi minat pelanggan. Sistem pemasaran yang baik dan tepat sasaran, dapat meningkatkan daya beli pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat meningkatkan profit bagi perusahaan.

Saat ini, pihak perusahaan masih memiliki kendala dalam proses pemasarannya. Untuk memasarkan produknya, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam hal ini pihak perusahaan belum memiliki suatu sarana penentuan strategi pemasaran berdasarkan empat kriteria, yaitu berdasarkan tempat, harga, produk dan promosi.

Dari permasalahan diatas, pihak perusahaan ingin meningkatkan sistem pemasarannya. Sistem informasi pemasaran yang dikelola meliputi sistem penjualan dan sistem pemasaran berdasarkan 4p yaitu, *place, price, promotion*, dan *product*, dengan membangun sistem informasi pemasaran, diharapkan dapat menjawab permasalahan pemasaran yang terjadi pada perusahaan. Oleh karena itu, tahap pertama yang dilakukan adalah

melakukan analisa kebutuhan sistem dan merancang sistem informasi pemasaran yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam membangun aplikasi sistem informasi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang di jadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah sebagai berikut: "strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan" (Kotler, 2010). Merancang strategi pemasaran yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing. Perusahaan membandingkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan nilai yang diberikan oleh produk, harga, promosi dan distribusi (marketing mix) terhadap pesaing dekatnya. Identifikasi pasar dilakukan dengan cara :

1. Segmentasi pasar.
2. *Targeting*
3. *Market positioning*

Menurut Kotler dan Amstrong (2008), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran aktif terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut "4P" dalam kegiatan bauran pemasaran sebagai berikut :

A. Produk (*Product*)

Produk adalah kombinasi barang atau jasa dari perusahaan yang ditawarkan ke target pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk secara luas meliputi desain, merk, hak paten, *positioning*, dan pengembangan produk baru.

B. Harga (*Price*)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan pesan yang menunjukkan bagaimana suatu brand memposisikan dirinya di pasar.

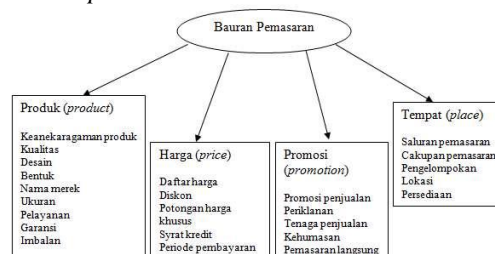
C. Tempat (*Place*)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produknya tersedia di target pasar. Strategi pemilihan tempat meliputi transportasi, pergudangan, pengaturan

persediaan, dan cara pemesanan bagi kosumen.

D. Promosi (*Promotion*)

Promosi adalah aktifitas perusahaan untuk mengkomunikasikan produk dan jasanya dan memperngaruhi target konsumen untuk membeli. Kegiatan promosi antara lain, iklan, *personal selling*, promosi penjualan, dan *public relation*.



Gambar 1 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler (2010), sistem informasi pemasaran adalah alat untuk menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengendalikan tanggung jawab para manajer pemasaran. Fungsi dari sistem informasi adalah untuk menilai atau mengetahui kebutuhan informasi manajer, mengembangkan informasi yang diperlukan dan mendistribusikan informasi tersebut pada saat yang tepat. Sistem informasi pemasaran mempunyai 4 komponen yaitu:

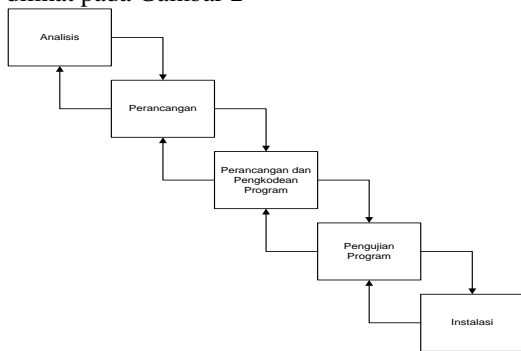
1. *Internal Records System*
2. *Marketing Research System*
3. *Marketing Intelligence Systems*
4. *Computerized Marketing Decision Support System*

Dengan membangun sistem informasi pemasaran, diharapkan dapat menjawab permasalahan pemasaran yang terjadi pada perusahaan. Menurut Kotler (2007), sistem informasi pemasaran adalah alat untuk merencanakan, mengimplementasikan, menganalisa, dan mengendalikan tanggung jawab para manajer pemasaran. Fungsi dari sistem informasi adalah untuk menilai atau mengetahui kebutuhan informasi manajer, mengembangkan informasi yang diperlukan dan mendistribusikan informasi tersebut pada saat yang tepat.

Oleh karena itu, tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan analisa kebutuhan sistem dan merancang sistem informasi pemasaran yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam membangun aplikasi sistem informasi pemasaran.

Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan tahapan-tahapan yang diperlukan dalam penelitian Tugas Akhir ini, agar dalam pengerjaannya dapat dilakukan dengan terarah dan sistematis. Adapun model penelitian dapat dilihat pada Gambar 2

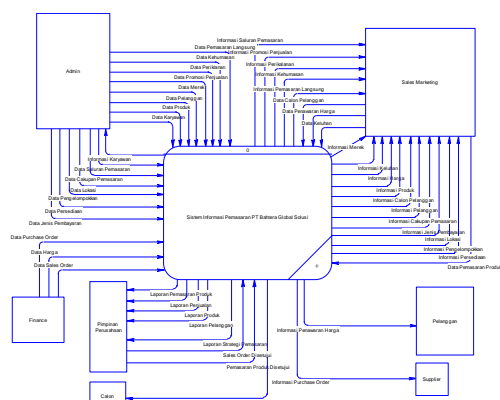


Gambar 2 Metode Penelitian (Kendall dan Kendall (2003))

Pada Tugas Akhir ini akan dilakukan analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi. Dari hasil analisis dan perancangan yang dilakukan akan menghasilkan rancangan sistem, rancangan basis data, dan rancangan antar muka sesuai kebutuhan. Pada pengerjaan Tugas Akhir ini hanya sampai pada tahap perancangan sistem.

Hasil dan Pembahasan

Context Diagram



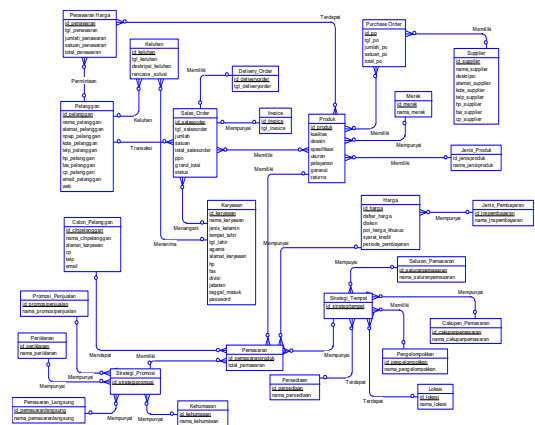
Gambar 3 Context Diagram

Gambar diatas merupakan Context Diagram dari analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi. Terdapat tujuh entitas yang terdapat dalam context diagram ini, yaitu: pelanggan,

calon pelanggan, supplier, sales marketing, finance, gudang dan pimpinan perusahaan.

Entitas admin dapat mengelola data master yang terdiri dari data pelanggan, data supplier, data karyawan, dan data produk. Juga dapat mencetak data delivery order. Entitas sales marketing dapat mengelola data calon pelanggan, data promosi, data tempat, data harga, data keluhan, membuat penawaran harga, dan membuat pemasaran produk. Entitas finance dapat membuat sales order, mencetak invoice, dan membuat purchase order. Entitas pimpinan perusahaan dapat melakukan otorisasi pembelian produk, menganalisis laporan penjualan, dan menganalisis laporan pemasaran. Entitas calon pelanggan menerima informasi pemasaran produk. Entitas supplier menerima purchase order dari perusahaan. Entitas gudang menerima delivery order untuk melakukan pengiriman produk.

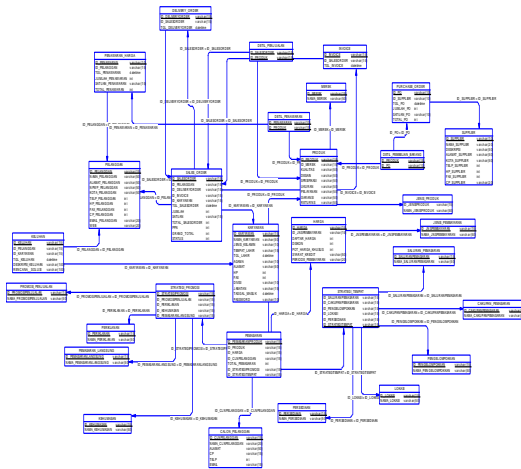
Entity Relationship Diagram (ERD)



Gambar 4 Conceptual Data Model (CDM)

Gambar empat merupakan sebuah Conceptual Data Model (CDM) menggambarkan secara keseluruhan konsep struktur basis data yang dirancang pada sistem informasi pemasaran ini.

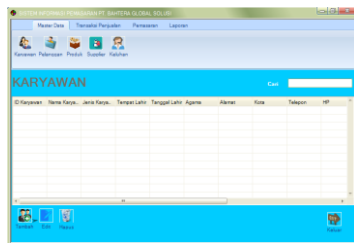
Gambar lima pada halaman 4 merupakan sebuah Physical Data Model (PDM) menggambarkan secara detail konsep rancangan struktur basis data yang dirancang untuk suatu program aplikasi. PDM merupakan hasil generate dari CDM



Gambar 5 Physical Data Model (PDM)

Desain Antar Muka

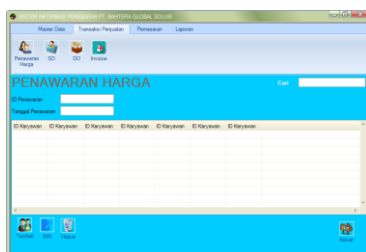
Berikut ini merupakan desain antarmuka dari analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi.



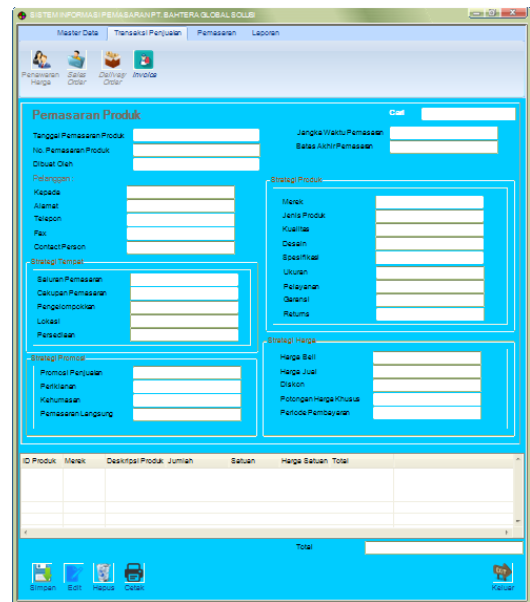
Gambar 6 Tampilan Master Data

Desain yang ditunjukkan pada Gambar 6 merupakan tampilan untuk tab master data yang berisi beberapa menu lagi, yaitu master karyawan, master pelanggan, master produk, master supplier, dan master keluhan.

Desain ditunjukkan pada Gambar 7 merupakan tampilan untuk tab transaksi penjualan yang berisi beberapa menu lagi, yaitu permintaan penawaran, sales order, delivery order, dan invoice

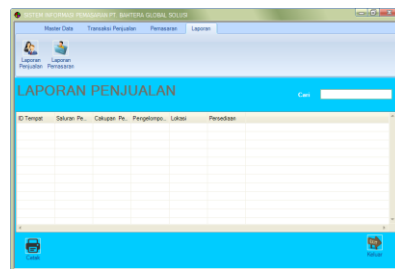


Gambar 7 Tampilan Transaksi Penjualan



Gambar 8 Tampilan Pemasaran

Desain ditunjukkan pada Gambar 8 merupakan tampilan untuk tab menu pemasaran yang berisi beberapa menu lagi, yaitu calon pelanggan, harga, tempat, prosmosi, dan penawaran produk.



Gambar 9 Tampilan Laporan

Desain ditunjukkan pada Gambar 9 merupakan tampilan untuk tab menu laporan yang berisi beberapa menu lagi, yaitu laporan penjualan dan laporan pemasaran.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan diperoleh suatu kesimpulan, yaitu rancangan dokumen sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi mampu menghasilkan rancangan aplikasi sistem informasi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang meliputi rancangan penjualan, rancangan

pemasaran, dan rancangan laporan yang dibutuhkan oleh pihak perusahaan.

SARAN

Berdasarkan analisis dan perancangan yang telah dilakukan, saran yang dapat disampaikan oleh penulis untuk pengembangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi, yaitu:

1. Hasil analisis dan perancangan aplikasi pengembangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi ini dapat dikembangkan menjadi sebuah aplikasi.
2. Perancangan dapat dilanjutkan dengan menambahkan cara transaksi pembayaran.

RUJUKAN

- Kendall, dan Kendall, 2003, *Analisis dan Perancangan Sistem Jilid 1*, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat

1

by Vivine Nurcahyawati

Submission date: 29-Apr-2020 09:05PM (UTC+0700)

Submission ID: 1311110009

File name: gan_Sistem_Informasi_Pemasaran_pada_PT_Bahtera_Global_Solusi.pdf (534.6K)

Word count: 2014

Character count: 13819

ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PEMASARAN PADA PT. BAHTERA GLOBAL SOLUSI

Falerianus Hendratno Suparman¹⁾ Vivine Nurcahyawati²⁾ Sri Hariani Eko Wulandari³⁾
Program Studi / Jurusan Sistem Informasi
Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya
Jl. Raya KedungBaruk 98 Surabaya, 60298
Email : 1) falehendra@gmail.com, 2) vivine@stikom.edu, 3) yani@stikom.edu

Abstract : *PT. Bahtera Global Solusi is a company engaged in providing IT services and product sales. IT products in the form of audio-visual products, computer, network solutions, security products, software telecommunications products and other office supplies. Marketing is one of the main factors that may affect the interests of the customer. Good marketing system and the right target, increases the purchasing power of customers and customer loyalty to the company. Therefore, it can increase profits for the company. Currently, the company still has obstacles in the marketing process. To market its products, the company must have the right marketing strategy to achieve the objectives of the company. In this case the company does not have a means of determining the marketing strategy is based on four criteria, ie based on place, price, product and promotion. From the above problems, the company wants to create a Marketing Information System. Marketing information system based 4p ie, place, price, promotion, and product needed to address marketing problems occurred at the company. The initial stage of the design of information systems in the form of information system design can be used as a cornerstone in building a marketing information system*

Keywords: *Marketing Mix, Analysis and Design.*

PT. Bahtera Global Solusi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa dan penjualan produk IT. Produk IT itu berupa produk audio visual, komputer, solusi jaringan, produk keamanan, perangkat lunak produk telekomunikasi, dan perlengkapan kantor lainnya. Perusahaan ini juga bekerjasama dengan distributor produk IT terkemuka seperti *Microsoft, Dell, HP*, dan masih banyak lagi. Perusahaan ini mempunyai beberapa cabang selain di Surabaya, yaitu Jakarta dan Medan. Daerah pemasarannya hampir merata di seluruh Indonesia.

PT. Bahtera Global Solusi memiliki lebih dari 100 pelanggan, baik dari pihak perusahaan maupun perseorangan. Dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, muncullah banyak perusahaan yang menawarkan produk-produk sejenis yang mengakibatkan pelanggan memiliki banyak pilihan. Sehingga, kekuatan tawar-menawar pelanggan semakin besar. Kemampuan perusahaan untuk terus berinteraksi dengan pelanggan sangat diperlukan. Melalui promosi dan penyampaian informasi mengenai produk perusahaan yang terus menerus kepada pelanggan membuat pelanggan merasa diperhatikan sama perusahaan, sehingga

berpeluang untuk terjadinya penjualan berulang antara perusahaan dengan pelanggannya.

Pemasaran merupakan salah satu faktor utama yang dapat mempengaruhi minat pelanggan. Sistem pemasaran yang baik dan tepat sasaran, dapat meningkatkan daya beli pelanggan dan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dengan demikian dapat meningkatkan profit bagi perusahaan.

Saat ini, pihak perusahaan masih memiliki kendala dalam proses pemasarannya. Untuk memasarkan produknya, perusahaan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat untuk mencapai tujuan dari perusahaan. Dalam hal ini pihak perusahaan belum memiliki suatu sarana penentuan strategi pemasaran berdasarkan empat kriteria, yaitu berdasarkan tempat, harga, produk dan promosi.

Dari permasalahan diatas, pihak perusahaan ingin meningkatkan sistem pemasarannya. Sistem informasi pemasaran yang dikelola meliputi sistem penjualan dan sistem pemasaran berdasarkan 4p yaitu, *place, price, promotion, dan product*, dengan membangun sistem informasi pemasaran, diharapkan dapat menjawab permasalahan pemasaran yang terjadi pada perusahaan. Oleh karena itu, tahap pertama yang dilakukan adalah

melakukan analisa kebutuhan sistem dan merancang sistem informasi pemasaran yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam membangun aplikasi sistem informasi pemasaran.

Strategi pemasaran merupakan strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang di jadikan target oleh perusahaan. Definisi strategi pemasaran adalah sebagai berikut: "strategi pemasaran adalah logika pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dengan harapan agar unit bisnis dapat mencapai tujuan perusahaan" (Kotler, 2010). Merancang strategi pemasaran yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap pesaing. Perusahaan membandingkan nilai dan kepuasan pelanggan dengan nilai yang diberikan oleh produk, harga, promosi dan distribusi (marketing mix) terhadap pesaing dekatnya. Identifikasi pasar dilakukan dengan cara :

1. Segmentasi pasar.
2. Targeting
3. Market positioning

Menurut Kotler dan Armstrong (2008), bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran aktif terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut "4P" dalam kegiatan bauran pemasaran sebagai berikut :

A. Produk (Product)

Produk adalah kombinasi barang atau jasa dari perusahaan yang ditawarkan ke target pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Produk secara luas meliputi desain, merk, hak paten, *positioning*, dan pengembangan produk baru.

B. Harga (Price)

Harga adalah sejumlah uang yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa. Harga juga merupakan pesan yang menunjukkan bagaimana suatu brand memposisikan dirinya di pasar.

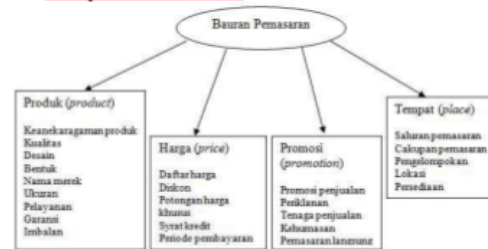
C. Tempat (Place)

Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produknya tersedia di target pasar. Strategi pemilihan tempat meliputi transportasi, pergudangan, pengaturan

persediaan, dan cara pemesanan bagi kosumen.

D. Promosi (Promotion)

Promosi adalah aktifitas perusahaan untuk mengkomunikasikan produk dan jasanya dan mempengaruhi target konsumen untuk membeli. Kegiatan promosi antara lain, iklan, *personal selling*, promosi penjualan, dan *public relation*.



Gambar 1 Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Menurut Kotler (2010), sistem informasi pemasaran adalah alat untuk menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengendalikan tanggung jawab para manajer pemasaran. Fungsi dari sistem informasi adalah untuk menilai atau mengetahui kebutuhan informasi manajer, mengembangkan informasi yang diperlukan dan mendistribusikan informasi tersebut pada saat yang tepat. Sistem informasi pemasaran mempunyai 4 komponen yaitu:

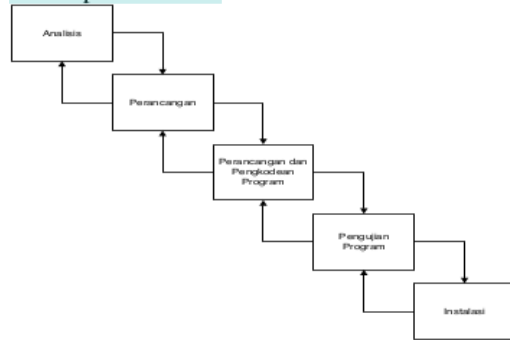
1. Internal Records System
2. Marketing Research System
3. Marketing Intelligence Systems
4. Computerized Marketing Decision Support System

Dengan membangun sistem informasi pemasaran, diharapkan dapat menjawab permasalahan pemasaran yang terjadi pada perusahaan. Menurut Kotler (2007), sistem informasi pemasaran adalah alat untuk merencanakan, mengimplementasikan, menganalisa, dan mengendalikan tanggung jawab para manajer pemasaran. Fungsi dari sistem informasi adalah untuk menilai atau mengetahui kebutuhan informasi manajer, mengembangkan informasi yang diperlukan dan mendistribusikan informasi tersebut pada saat yang tepat.

Oleh karena itu, tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan analisa kebutuhan sistem dan merancang sistem informasi pemasaran yang nantinya akan digunakan sebagai landasan dalam membangun aplikasi sistem informasi pemasaran.

4 Metode Penelitian

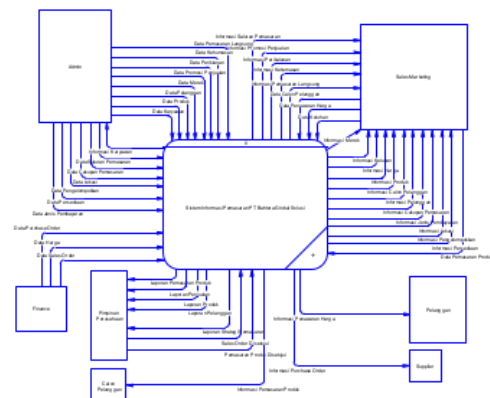
Metode penelitian merupakan tahapan-tahapan yang diperlukan dalam penelitian Tugas Akhir ini, agar dalam pengerjaannya dapat dilakukan dengan terarah dan sistematis. Adapun model penelitian dapat dilihat pada Gambar 2



4 Gambar 2 Metode Penelitian (Kendall dan Kendall (2003))

Pada Tugas Akhir ini akan dilakukan analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi. Dari hasil analisis dan perancangan yang dilakukan akan menghasilkan rancangan sistem, rancangan basis data, dan rancangan antar muka sesuai kebutuhan. Pada pengerjaan Tugas Akhir ini hanya sampai pada tahap perancangan sistem.

Hasil dan Pembahasan Context Diagram



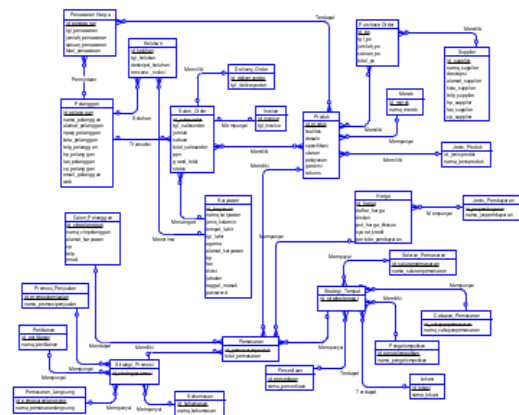
Gambar 3 Context Diagram

Gambar diatas merupakan Context Diagram dari analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi. Terdapat tujuh entitas yang terdapat dalam context diagram ini, yaitu: pelanggan,

calon pelanggan, supplier, sales marketing, finance, gudang dan pimpinan perusahaan.

Entitas admin dapat mengelola data master yang terdiri dari data pelanggan, data supplier, data karyawan, dan data produk. Juga dapat mencetak data delivery order. Entitas sales marketing dapat mengelola data calon pelanggan, data promosi, data tempat, data harga, data keluhan, membuat penawaran harga, dan membuat pemasaran produk. Entitas finance dapat membuat sales order, mencetak invoice, dan membuat purchase order. Entitas pimpinan perusahaan dapat melakukan otorisasi pembelian produk, menganalisis laporan penjualan, dan menganalisis laporan pemasaran. Entitas calon pelanggan menerima informasi pemasaran produk. Entitas supplier menerima purchase order dari perusahaan. Entitas gudang menerima delivery order untuk melakukan pengiriman produk.

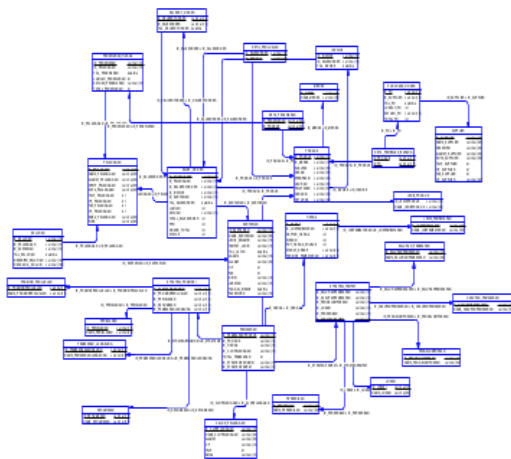
Entity Relationship Diagram (ERD)



Gambar 4 Conceptual Data Model (CDM)

Gambar empat merupakan sebuah Conceptual Data Model (CDM) menggambarkan secara keseluruhan konsep struktur basis data yang dirancang pada sistem informasi pemasaran ini.

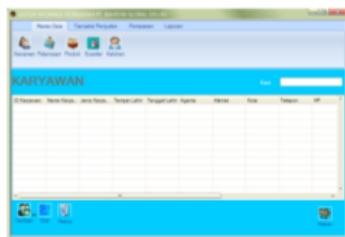
Gambar lima pada halaman 4 merupakan sebuah Physical Data Model (PDM) menggambarkan secara detail konsep rancangan struktur basis data yang dirancang untuk suatu program aplikasi. PDM merupakan hasil generate dari CDM



Gambar 5 Physical Data Model (PDM)

Desain Antar Muka

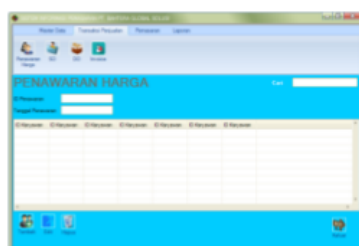
Berikut ini merupakan desain antarmuka dari analisis dan perancangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi.



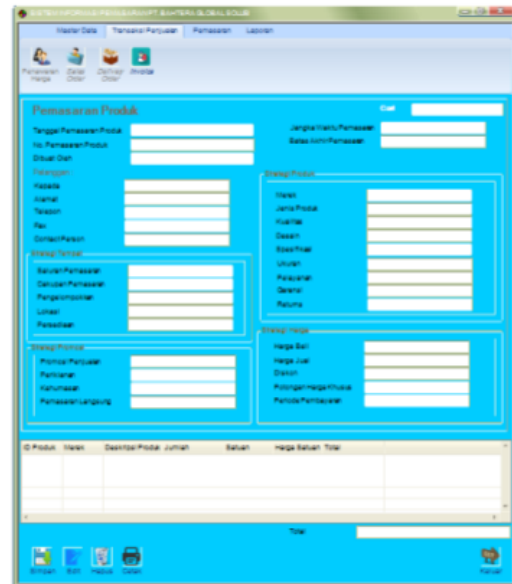
Gambar 6 Tampilan Master Data

Desain yang ditunjukkan pada Gambar 6 merupakan tampilan untuk tab master data yang berisi beberapa menu lagi, yaitu master karyawan, master pelanggan, master produk, master supplier, dan master keluhan.

Desain ditunjukkan pada Gambar 7 merupakan tampilan untuk tab transaksi penjualan yang berisi beberapa menu lagi, yaitu permintaan penawaran, sales order, delivery order, dan invoice

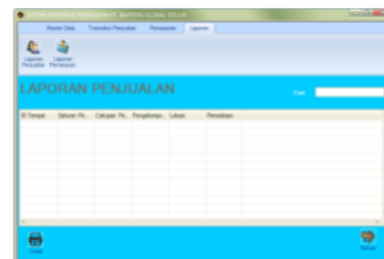


Gambar 7 Tampilan Transaksi Penjualan



Gambar 8 Tampilan Pemasaran

Desain ditunjukkan pada Gambar 8 merupakan tampilan untuk tab menu pemasaran yang berisi beberapa menu lagi, yaitu calon pelanggan, harga, tempat, promosi, dan penawaran produk.



Gambar 9 Tampilan Laporan

Desain ditunjukkan pada Gambar 9 merupakan tampilan untuk tab menu laporan yang berisi beberapa menu lagi, yaitu laporan penjualan dan laporan pemasaran.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan perancangan yang telah dilakukan diperoleh suatu kesimpulan, yaitu rancangan dokumen sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi mampu menghasilkan rancangan aplikasi sistem informasi pemasaran yang dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang meliputi rancangan penjualan, rancangan

pemasaran, dan rancangan laporan yang dibutuhkan oleh pihak perusahaan.

SARAN

Berdasarkan analisis dan perancangan yang telah dilakukan, saran yang dapat disampaikan oleh penulis untuk pengembangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi, yaitu:

1. Hasil analisis dan perancangan aplikasi pengembangan sistem informasi pemasaran pada PT. Bahtera Global Solusi ini dapat dikembangkan menjadi sebuah aplikasi.
2. Perancangan dapat dilanjutkan dengan menambahkan cara transaksi pembayaran.

RUJUKAN

- Kendall, dan Kendall, 2003, *Analisis dan Perancangan Sistem Jilid 1*, Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Pengendalian*, Prentice Hall, Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Salemba Empat

ORIGINALITY REPORT

19%	20%	6%	14%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	library.binus.ac.id Internet Source	8%
2	Submitted to STIKOM Surabaya Student Paper	4%
3	www.scribd.com Internet Source	4%
4	sir.stikom.edu Internet Source	3%

Exclude quotes Off

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On