

**IMPLEMENTASI BARCODE DALAM SISTEM INFORMASI
PEMASARAN
(Studi Pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia
Cabang Surabaya)**

SKRIPSI



Oleh :

FIFI FELLA SUFFAH

NIM: 11510076

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2015**

**IMPLEMENTASI BARCODE DALAM SISTEM INFORMASI
PEMASARAN
(Studi Pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia
Cabang Surabaya)**

SKRIPSI

Diajukan Kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh :

FIFI FELLA SUFFAH
NIM: 11510076

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN

**IMPLEMENTASI *BARCODE* DALAM SISTEM INFORMASI
PEMASARAN
(Studi Pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia
Cabang Surabaya)**

SKRIPSI

Oleh:

FIFI FELLA SUFFAH
NIM: 11510076

Telah Disetujui, 17 April 2015
Dosen Pembimbing,



Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
NIP. 19670826 200801 2 011

Mengetahui:
Ketua Jurusan,



Dr. H. Mishahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

**IMPLEMENTASI *BARCODE* DALAM SISTEM INFORMASI
PEMASARAN
(Studi Pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia
Cabang Surabaya)**

SKRIPSI



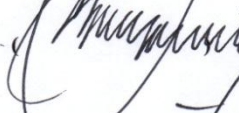
Oleh:

FIFI FELLA SUFFAH
NIM: 11510076

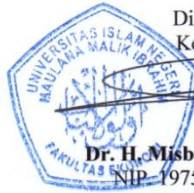
Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada Tanggal 24 April 2015

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji
Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag : ()
NIP. 19711211999031003
2. Sekretaris/Pembimbing
Yayuk Sri Rahayu, SE., MM : ()
NIP. 197708262008012011
3. Penguji Utama
Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag : ()
NIP. 19620115 199803 1001

Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP. 19750707 200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fifi Fella Suffah
NIM : 11510076
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi/ Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

IMPLEMENTASI *BARCODE* DALAM SISTEM INFORMASI PEMASARAN (Studi pada Outlet PT. COCA-COLA AMATIL INDONESIA cabang SURABAYA)

adalah hasil karya saya sendiri, bukan “**duplikasi**” dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “**klaim**” dari pihak lain, bukan tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari siapapun.

Malang, 17 April 2015

Hormat Saya,



Fifi Fella Suffah
NIM : 11510076

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Fifi Fella Suffah
NIM	: 11510076
Jurusan/Prodi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: Implementasi <i>Barcode</i> dalam Sistem Informasi Pemasaran (Studi pada outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya)

Mengizinkan jika karya ilmiah saya (skripsi) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Secara Keseluruhan (full teks).
Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 29 April 2015

Dosen pembimbing

Mahasiswa

(**Yavuk Sri Rahayu, SE., MM**)
NIP. 197708262008012011



(**Fifi Fella Suffah**)
NIM. 11510076

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya ; Ayahanda saya, Moh. Ali Thoha, ibunda tercinta Sri Munawaroh, dan adik tersayang Beanny Zarkasih, serta sahabat-sahabat yang selama ini telah memberikan motivasi dan dukungan atas keberhasilan saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini, serta do'a-do'a yang berlimpah. Semoga Allah membalas atas kebaikan mereka,
Amin.....

HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari sesuatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap”

(QS (Al-'Asyr) 94:6-8)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat dan karunia-Nya kami dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Implementasi Barcode dalam Sistem Informasi Pemasaran (Studi Pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya)”**

Shalawat dan salam senantiasa tercurah pada junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW.. Secara khusus, kami ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Bapak/Ibu dan pihak yang telah membantu dan mendampingi hingga terselesaikan dengan baik Skripsi ini sebagai berikut :

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al Idrus, MM., M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Yayuk Sri Rahayu, SE., MM selaku dosen pembimbing, terima kasih atas segala kesabaran dan ketulusanya membimbing serta mengarahkan penulis dari awal sampai proses paling akhir dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi, yang telah membekali berbagai pengalaman dan pengetahuan selama penulis kuliah di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Pihak PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya atas kesediannya dan dukungan menjadi objek dalam penelitian ini
7. Ibu Risky, Bapak Budi, dan Ibu Intan atas kesediannya sebagai subyek dalam penelitian ini.

8. Ayahanda Moh. Ali Thoha dan Ibunda Sri Munawaroh tercinta, terima kasih yang mendalam atas perjuangannya yang gigih membesarkan, mendidik, menyayangi serta mendo'akan ananda dengan tulus.
9. Adikku tersayang Beanny Zarkasih, terima kasih sudah memberikan semangat dan mendo'akan.
10. Teman-teman seperjuangan konsentrasi pemasaran "2011" : Afifah, Faiz, Hamim, Apin, Lely, Yayan (Cupang), Bari, Mbah Hafid, Khafid, Frans, Yaqin, Zulfikar, Amin, Ruslan, Eva, Dian, Alivia, Yoga, Muhlis, Zaim, Dewi, Cucu, Udin, Alva, Bisri, Evan, Zulfa, Umar, Ika, Mika, Eko, Tatang, Shovi, Desi, Hery, Faisol, Amrizal, Nadhif dan beberapa nama yang mungkin ketinggalan. *Good Luck Marketers !!*
11. Semua Teman-Teman Konsentrasi SDM dan Keuangan angkatan 2011. *You're Awesome, Guys !*
12. Mas amin, Lina, Byba, Mas asas, Cak irvan, Affan, Haris dan lain-lainnya yang belum sempat disebutkan, yang telah memberikan motivasi serta dukungan moral kepada penulis.
13. Penguni kos Sunan Kalijaga dalam no.14 terima kasih atas semangat yang kalian berikan.
14. Seluruh Keluarga Besar PMII Rayon Ekonomi "Moch. Hatta" yang telah memberikan pembelajaran berharga kepada penulis.
15. Dan semua pihak yang telah memberikan sumbangsih terhadap kelancaran penyelesaian penelitian skripsi ini dan tak bisa penulis sebutkan satu per satu. Semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian semua.

Demikian, sepatah kata dari kami. Atas perhatian kami sampaikan terima kasih.

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
HALAMAN PERNYATAAN PULIKASI	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK (bahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Arab)	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil – Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teoritis.....	16
2.2.1 <i>Marketing Information System (MIS)</i>	16
2.2.1.1 Pengertian <i>Marketing Information System</i>	16
2.2.1.2 Manfaat atau Fungsi MIS	18
2.2.1.3 Komponen MIS.....	19
2.2.2 Sistem Pencatatan Internal	21
2.2.2.1 Tujuan <i>Internal Records</i>	24
2.2.2.2 Lingkungan <i>Internal records</i>	25
2.2.2.3 Data Internal.....	25
2.2.2.4 Data Processing.....	26
2.2.3 Basis Data (<i>Database</i>)	27
2.2.3.1 Pengertian <i>Database</i>	27
2.2.3.2 Struktur Basis Data	29
2.2.3.3 Membuat Basis Data.....	29
2.2.3.4 Personel Basis data.....	29
2.2.3.5 <i>Database Management System (DBMS)</i>	30
2.2.3.6 Subsistem <i>Database Sistem Informasi Pemasaran</i>	31
2.2.4 Pemilihan Lokasi	31
2.2.5 Barcode	33

2.2.5.1 Pengertian Barcode.....	33
2.2.5.2 Manfaat dan keuntungan barcode	35
2.2.5.3 Barcode dalam Sistem Pencatatan Internal	37
2.2.5.4 Implementasi Barcode dalam Sistem Informasi Pemasaran pada <i>outlet</i> PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya.....	38
2.3 Kajian Keislaman	40
2.3.1 Sistem Informasi Pemasaran Perspektif Islam.....	40
2.3.1 Basis Data (<i>Database</i>) Perspektif Islam.....	45
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	52
3.2 Lokasi Penelitian	53
3.3 Subyek penelitian	53
3.4 Sumber data dan jenis data	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Analisis Data	58
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian	61
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Coca-Cola	61
4.1.2 Visi dan Misi PT. Coca-Cola	63
4.1.3 Struktur Organisasi	64
4.1.4 Produk PT. Coca-Cola	66
4.1.5 Implementasi Barcode dalam Sistem Informasi Pemasaran	78
4.1.6 Hasil Implementasi Barcode dalam Sistem Informasi Pemasaran	88
4.2 Pembahasan	93
4.2.1 Implementasi Barcode dalam Sistem Informasi Pemasaran pada <i>outlet</i> PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya	95
4.2.2 Hasil Implementasi Barcode dalam Sistem informasi Pemasaran pada <i>Outlet</i> PT.Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya	102
 BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN-LAMPIRAN	113

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Saat ini	13
Tabel 3.1 Informan pada Penelitian	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Alur Produksi Barcode 1	83
Gambar 4.2 Alur Produksi Barcode 2	83
Gambar 4.3 Alur Produksi Barcode 3	84
Gambar 4.4 Barcode	85
Gambar 4.5 Pengemasan Barcode.....	85
Gambar 4.6 Data jumlah <i>outlet</i>	90

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Format Pedoman wawancara
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 Surat Keterangan telah Melakukan Penelitian
- Lampiran 4 Dokumentasi penelitian
- Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 6 Bukti Konsultasi Skripsi

ABSTRAK

Suffah, Fifi Fella. 2015. SKRIPSI. Judul:”Implementasi *Barcode* dalam Sistem Informasi Pemasaran (Studi pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya)”

Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM

Kata Kunci : *Barcode*, Sistem Informasi Pemasaran (MIS)

Sistem informasi pemasaran (MIS) merupakan salah satu faktor utama dalam penunjang suatu keputusan pemasaran. Sehingga informasi tersebut haruslah akurat, efektif, dan efisien. *Database* adalah sumber informasi pemasaran secara internal dalam perusahaan. Maka dari itu, dengan adanya *barcode* diharapkan seluruh *database* baik tentang nama outlet, lokasi outlet, atau identitas outlet lainnya dari *sales representative* dapat sampai ke pengguna informasi secara akurat, efektif dan efisien. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi *barcode* pada sistem informasi pemasaran. Dari latar belakang tersebut penelitian ini dilakukan dengan judul “Implementasi *Barcode* dalam Sistem Informasi Pemasaran (Studi pada Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia cabang Surabaya)”.

Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif, dimana tujuannya adalah untuk menggambarkan secara sistematis tentang fokus penelitian yang meliputi aspek *barcode* dan sistem informasi pemasaran. Subyek penelitian ada tiga orang. Data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisa datanya melalui tiga tahap: pemaparan data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menggunakan *barcode*, penyampaian *database* identitas outlet dapat disampaikan secara akurat, efektif, dan efisien. Hal tersebut dapat dilihat dari keakuratan data pada sistem informasi yang diterima oleh manajer pemasaran dari waktu ke waktu. Sehingga, dapat ditarik kesimpulan bahwa implementasi *barcode* dapat membantu dalam menyampaikan *database* secara akurat, efektif dan efisien. Sehingga informasi pemasaran yang diterima oleh para manajer pemasaran juga lebih aktual.

ABSTRACT

Fifi Fella Suffah. 2015. THESIS. Title: "Barcode Implementations to the Marketing Information System (Study on Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Surabaya branch) "

Supervisor : Yayuk Sri Rahayu, Bachelor of Economics., Master in Management

Keywords : Barcode, Marketing Information System (MIS)

Marketing information system (MIS) is one of the main factors in supporting a marketing solutions. So the information must be accurate, effective, and efficient. The database is a source of marketing information internally within the company. Therefore, with the expected barcode entire database either on the name of the outlet, outlet locations, or the identity of the other outlets of sales representative can be received by user accurately, effectively and efficiently. The purpose of this study was to determine how the implementation of the barcode on the marketing information system. From that background research was conducted with the title "Implementation of Barcode in the Marketing Information System (Study on Outlet PT. Coca-Cola Amatil Indonesia Surabaya branch)".

This study used a qualitative descriptive, where the objective is to systematically describe about the research focus includes aspects of barcode and marketing information systems. The subjects of the study there were three people. Data collected by observation, interview, and documentation. Data analysis through three stages: exposure, data presentation, and conclusion.

The results showed that by using a barcode, identity database delivery outlet can be delivered accurately, effectively, and efficiently. This can be seen from the accuracy of the data on the system information received by the marketing manager from time to time. Thus, it can be concluded that the implementation of the barcode can assist in delivering database accurately, effectively and efficiently. So the marketing information received by marketing managers are also more actual.

المستخلص

فيفي فلة الصفة. 2015.1 1لبحث 1لجامعي. العنوان: "تنفيذ الباركود في نظام معلومات التسويق (دراسات في مخرج كوكا كولا آما تيل اندونيسيا فرع سورابايا)"

المشرفة : يايوك سري راهايو الماجستير

الكلمات الرئيسية : الباركود، نظام معلومات التسويق (MIS)

التسويق نظام المعلومات (MIS) هي واحدة من العوامل الرئيسية في دعم القرارات التسويقية. لذلك يجب أن تكون المعلومات دقيقة وفعالة، وفعالة. قاعدة البيانات هي مصدر المعلومات التسويقية داخليا داخل الشركة. لذلك، مع قاعدة البيانات المتوقعة كامل الباركود إما على اسم المخرج، مواقع مخرج، أو هوية منافذ أخرى للمستخدم مندوبي المبيعات يمكن الحصول على المعلومات بدقة وفعالية وكفاءة. وكان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد كيفية تنفيذ الباركود على نظام المعلومات التسويقية. من أجري هذا البحث الخلفية مع عنوان "تنفيذ الباركود في نظام معلومات التسويق (دراسة في مخرج كوكا كولا آما تيل اندونيسيا فرع سورابايا)".

فهذه الدراسة استخدمت نوعي وصفي، حيث كان الهدف هو وصف منهجية حول يتضمن التركيز على البحوث جوانب نظم المعلومات الباركود والتسويق. موضوعات الدراسة كان هناك ثلاثة أشخاص. البيانات التي تم جمعها عن طريق الملاحظة، والمقابلة، والوثائق. تحليل البيانات من خلال ثلاث مراحل: التعرض، وعرض البيانات، والاستنتاج.

والنتائج أظهرت أن باستخدام الباركود، يمكن تسليمها في منفذ تسليم قاعدة بيانات الهوية بدقة وفعالية، وكفاءة. ويمكن ملاحظة ذلك من دقة البيانات على نظام المعلومات من قبل مدير التسويق وردت من وقت لآخر. وهكذا، فإنه يمكن استنتاج أن تنفيذ الباركود يمكن أن تساعد في توفير قاعدة بيانات بدقة وفعالية وكفاءة. وبالتالي فإن المعلومات التسويقية التي تلقتها مديري التسويق هي أيضا أكثر الفعلية.