BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian dilakukan di Kampung Batu Malakasari yang beralamat di Jalan Raya Banjaran (Rencong), Malakasari - Baleendah, Bandung.

3.1.1 Sejarah Singkat Kampung Batu Malakasari

Kawasan Wisata Alam seluas 50.000 Meter persegi ini merupakan bekas lokasi penambangan batu alam yang sudah dieksploitasi secara tradisional oleh masyarakat setempat sejak tahun 1900, kemudian pada tahun 2002 kami mulai melakukan reklamasi sehingga membentuk formasi geologi yang indah, dan unik sebagai kawasan GEO WISATA.

Selain memiliki daya tarik alam yang unik, juga memiliki fungsi ekologi atau daya dukung gyang tinggi bagi lingkungan hidup. Danau, kolam-kolam, sawah, dan lahan terbuka hijau seluas 70% dari kawasan ini, merupakan sumber pengisian air bumi (akifer) yang berguana sebagai sumber air bagi lingkungan sekitar. Didukung dengan keragaman tanaman yang ada di kawasan ini seperti kelapa, palm, cengkeh, cemara, lengkeng, rambutan, mangga, nangka, sukun, petai, petai cina, jengkol, belimbing, sirsak, jambu biji merah, jambu jamaika, jambu air, juga terdapat tanaman langka seperti sawo durian, sawo walanda, bisbul atau apel beludru, dan lain-lain. Berfungsi sebagai filter udara bagi lingkungan di sekitarnya. Dengan demikian kawasan ini pun kawasan ekowisata.

Untuk tujuan pendidikan lingkungan hidup dan budaya sunda, Kampung Batu Malakasari dilengkapi dengan beberapa wahana atau anjungan sebagai sarana laboratorium alam:

1. Wahana danau dan bukit batu,
2. Wahana peternakan sapi, domba, kambing, kelinci dan penangkaran rusa totol,
3. Wahana aneka hewan unggas,
4. Wahana perikanan,
5. Wahana perkebunan,
6. Wahana persawahan,
7. Gedung teatrikal serba guna (Bale seni budaya),
8. Anjungan rumah adat sunda,
9. Anjungan cerdas dan terampil,
10. Wahana *outbound* dan *flying fox*,
11. Tektona *waterpark*.

3.1.2 Visi dan Misi Kampung Batu Malakasari

Adapun visi dan misi Kampung Batu Malakasari adalah sebagai berikut:

3.1.2.1 Visi Kampung Batu Malakasari

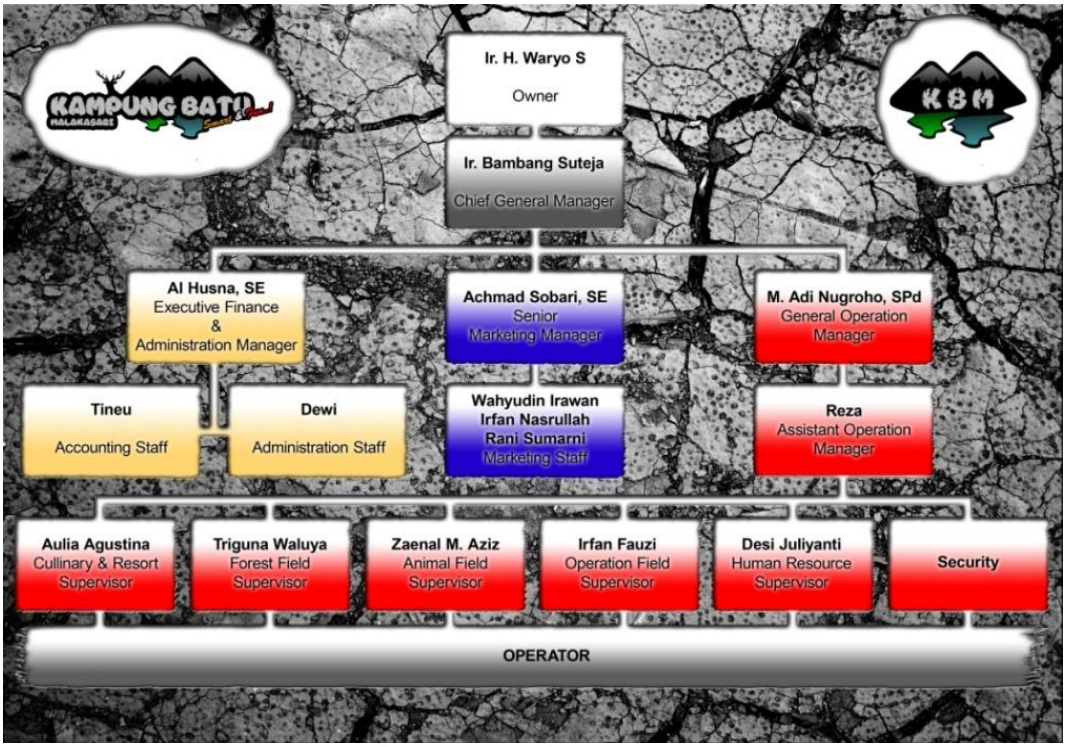
"Tujuan wisata alam edukasi yang paling disukai oleh masyarakat Jawa Barat dan Indonesia khususnya, mancanegara umumnya"

3.1.2.2 Misi Kampung Batu Malakasari

1. Memberikan pelayanan yang baik dan profesional,

2. Menyedikan sarana dan prasarana wisata edukasi, kuliner dan tempat yang nyaman,
3. Mendidik SDM yang profesional dalam hal pelayanan, marketer, kreatif dan inovatif dan bekerjasama,
4. Memaksimalkan potensi market yang cukup besar, baikdari segi sekolah, khusunya kotamadya dan kabupaten Bandung serta wisatawan domestik,
5. Memanfaatkan potensi budaya sunda dari segi seni, kuliner, pakaian, aksesori serta produk lain yang dibutuhkan konsumen.

3.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 3.1 Struktur Organisasi

(Sumber : Kampung Batu Malakasari)

3.1.4 Deskripsi Tugas

STAFF MARKETING / DISTRIBUSI

I. HARIAN

1. Menyiapkan semua media promo untuk kelancaran pendistribusian marketing kit
2. Menyiapkan data-data konsumen (sekolah, instansi, komunitas, dll)
3. Melakukan presentasi ke konsumen sesuai target yang telah ditentukan
4. Melakukan *follow up* baik melalui telepon maupun secara langsung
5. Memberikan penjelasan kepada konsumen mengenai program yang ada di Kampung Batu
6. Menampung komplen / masukan dari konsumen yang selanjutnya dikoordinasikan kepada pimpinannya.
7. Melaporkan hasil presentasi harian kepada pimpinannya
8. Menjaga dan meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen

II. MINGGUAN

1. Evaluasi mingguan mengenai pencapaian target, kendala, dll
2. Memilah data konsumen prospekan, *follow up* dan yang telah closing
3. Membuat rencana program mingguan.

III. BULANAN

1. Membuat program bulanan beserta waktu pencapaiannya
2. Membuat Rencana Anggaran Marketing bulanan
3. Evaluasi bulanan mengenai pencapaian target, kendala, dan lain lain.

TELEMARKETING /ADMIN MARKETING

I. HARIAN

1. Menerima tamu pengunjung

1.1. Ramah dan senyum

1.2. Menyampaikan atau menjelaskan produk Kampung Batu Malakasari

1.3. Mencatat bookingan ke dalam buku kunjungan

1.4. Konfirmasi ke bagian operasional dan kantin

1.5. Menjaga dan meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen.

2. Follow up Konsumen

2.1. Menelepon konsumen dari data buku kunjungan

1.Kepastian tgl kunjungan

2.Paket kunjungan

3.Jumlah peserta

4.Harga dan discount

5.Tempat kegiatan

2.2. Input data ke komputer

1.input data hasil marketing dan kunjungan

2.mencetak proposal dan kebutuhan materi presentasi marketing

2.3. Mengecek dan membalas email-email yang masuk koordinasi dengan *team marketing*

II. MINGGUAN

1. Membuat laporan kunjungan berdasarkan kelompok (*Study Tour*, Bookingan,Umum,Tektona)
2. Melaporkan kepada Manager Marketing

III. BULANAN

1. Membuat laporan bulanan data pengunjung maksimal tanggal 2 bulan berikutnya.
2. Melaporkan rekapan kepada *Manager Marketing*
3. Evaluasi bulanan dengan team marketing lainnya.

MANAGER MARKETING

TUGAS INTERNAL

1. Membuat spesifikasi tugas, wewenang dan tanggungjawab karyawan yang menjadi bawahannya
2. Membuat job list bulanan atau mingguan untuk diri sendiri dan memeriksa job list anak buahnya
3. Membuat jadwal kerja yang jelas untuk kegiatan marketing agar target kerja yang di tetapkan dapat tercapai
4. Membuat standarisasi pekerjaan marketing dan semua hal yang berhubungan dengan bagiannya dan mensosialisasikannya kepada bawahannya.
5. Membuat laporan evaluasi kegiatan marketing setiap akhir bulan.

6. Membuat buku kasus untuk menginventarisir permasalahan dan alternative pemecahanya, sehingga kesalahan yang sama tidak terulang
7. Membuat rencana pengeluaran berdasarkan skala prioritas tiap akhir bulan
8. Mengkoordinir seluruh kegiatan marketing.
9. Memberikan pengarahan/pelatihan yang di anggap perlu, khususnya yang berkaitan dengan program dan proyek marketing pada bawahanya apabila bawahanya mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan.
10. Mengeluarkan surat perintah lembur, apabila dibutuhkan untuk mengejar target yang di tetapkan, dengan tetap berkoordinasi dengan bagian lain
11. Berkoordinasi dengan direktur dan manager lain yang di anggap perlu dalam menyelesaikan tugasnya.

EKSTERN

1. Menginformasikan kepada pelanggan tentang keberadaan Kampung Batu Malakasari
2. Dengan cara yang efektif dan efisien, aktif memperluas dan mencari pangsa pasar baru mempertahankan serta memelihara kelangsungan hubungan dengan pasar yang sudah ada.
3. Dengan cara yang proaktif menjaga dan meningkatkan citra perusahaan dimata pelanggan.

WEWENANG

1. Manager Marketing berhak untuk memberikan penilaian atas prestasi kerja bawahannya.
2. Berhak menegur, memberikan peringatan tertulis, bahkan merekomendasikan karyawan yang berada dibawahnya untuk di PHK
3. Berhak untuk mencurahkan ide, gagasan, wujud dari inspirasinya yang proposional dan professional untuk memajukan bagian marketing
4. Berhak mempergunakan fasilitas yang berkaitan dengan kegiatan marketing baik pada jam kerja atau diluar jam kerja (lembur) untuk menyelesaikan pekerjaannya maupun dalam rangka pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan divisi marketing
5. Berwenang menetapkan dan mengambil langkah tertentu yang di anggap perlu untuk menyelesaikan atau mencapai target perusahaan (dengan mengacu pada batas kewenangannya dan tetap berkoordinasi dengan direktur dan manager lainnya.
6. Mengidentifikasi kebutuhan pelatihan serta pengembangan bagi para bawahanya untuk kemudian dikoordinasikan dengan manager HRD
7. Berwenang menetapkan bentuk kerja sama yang di anggap menguntungkan perusahaan

TANGGUNG JAWAB (bertanggung jawab langsung pada direktur)

1. Mengawasi dan bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan marketing baik yang dilakukan sendiri maupun yang di lakukan bawahanya, dari awal hingga hasil akhir.
2. Bertanggung jawab penuh menjaga dan memelihara fasilitas dan peralatan yang digunakan baik hardware computer maupun kendaraan perusahaan atau peralatan lainnya.
3. Mengantisifasi segala kebutuhan dan perlengkapan (kit) marketing sehingga tidak menghambat proses kerja secara umum.
4. Bertanggung jawab atas dokumen dan arsip yang pernah di buat perusahaan
5. Bertanggung jawab atas tercapainya target yang sudah disepakati baik dari sisi waktu maupun kualitas.
6. Bertanggung jawab atas penyelesaian semua keluhan pelanggan
7. Bertanggung jawab penuh atas kelalaian kerja yang di lakukan bawahan maupun dirinya sendiri dan bersedia menerima sangsi sebagai konsekuensinya.

SUPERVISOR MARKETING

TUGAS

1. Membuat job list bulanan atau mingguan untuk diri sendiri dan memeriksa job list staffnya.

2. Membuat jadwal kerja yang jelas untuk kegiatan marketing agar target kerja yang di tetapkan dapat tercapai
3. Membuat standarisasi pekerjaan marketing dan semua hal yang berhubungan dengan bagiannya dan mensosialisasikannya kepada bawahannya.
4. Membuat laporan evaluasi kegiatan marketing setiap minggu dan akhir bulan.
5. Membuat buku kasus untuk menginventarisir permasalahan dan alternative pemecahanya, sehingga kesalahan yang sama tidak terulang
6. Membuat rencana anggaran berdasarkan skala prioritas tiap akhir bulan
7. Mengkoordinir seluruh kegiatan marketing.
8. Memberikan pengarahan/pelatihan yang di anggap perlu, khususnya yang berkaitan dengan program dan proyek marketing pada bawahanya apabila bawahannya.
9. mengalami kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaan.
10. Berkoordinasi dengan manager dalam menyelesaikan tugasnya.
11. Menginformasikan kepada pelanggan tentang keberadaan Kampung Batu Malakasari
12. Dengan cara yang efektif dan efisien, aktif memperluas dan mencari pangsa pasar baru mempertahankan serta memelihara kelangsungan hubungan dengan pasar yang sudah ada.

13. Dengan cara yang proaktif menjaga dan meningkatkan citra perusahaan dimata pelanggan

WEWENANG

1. Supervisor Marketing berhak untuk meberikan penilaian atas prestasi kerja bawahannya.
2. Berhak menegur, karyawan yang berada dibawahnya
3. Berhak untuk mencurahkan ide, gagasan, wujud dari inspirasinya yang proposional dan professional untuk memajukan bagian marketing
4. Berhak mempergunakan fasilitas yang berkaitan dengan kegiatan marketing baik pada jam kerja atau di luar jam kerja (lembur) untuk menyelesaikan pekerjaannya maupun dalam rangka pelatihan untuk meningkatkan kemampuan karyawan divisi marketing
5. Berwenang menetapkan dan mengambil langkah tertentu yang di anggap perlu untuk menyelesaikan atau mencapai target perusahaan (dengan mengacu pada batas kewenangannya dan tetap berkoordinasi dengan Manager Marketing.

TANGGUNG JAWAB (bertanggung jawab langsung pada direktur)

1. Mengawasi dan bertanggung jawab penuh atas semua kegiatan marketing baik yang dilakukan sendiri maupun yang di lakukan bawahanya, dari awal hingga hasil akhir.

2. Bertanggung jawab penuh menjaga dan memelihara fasilitas dan peralatan yang digunakan baik hardware computer maupun kendaraan perusahaan atau peralatan lainnya.
3. Mengantisifasi segala kebutuhan dan perlengkapan (kit) marketing sehingga tidak menghambat proses kerja secara umum.
4. Bertanggung jawab atas dokumen dan arsip yang pernah di buat perusahaan
5. Bertanggung jawab atas tercapainya target yang sudah disepakati baik dari sisi waktu maupun kualitas.
6. Bertanggung jawab atas penyelesaian semua keluhan pelanggan
7. Bertanggung jawab penuh atas kelalaian kerja yang di lakukan bawahan maupun dirinya sendiri dan bersedia menerima sangsi sebagai konsekuensinya.

3.2 Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data , tujuan, dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empriris, dan sistematis. Rasional adalah kegiatan penelitian dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara

yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis.

3.2.1 Desain Penelitian

Pendekatan kasus di Kampung Batu Malakasari Banjaran menggunakan metode penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat gambaran mengenai situasi-situasi atau kejadian-kejadian dalam pemesanan wisata dan ekspedisi pada objek penelitian yaitu Kampung Batu Malakasari.

Tahap awal peneliti mengidentifikasi masalah yang terjadi guna menentukan tujuan yang akan dicapai, merancang pendekatan yang akan digunakan, dan mengumpulkan data yang berkaitan dengan pemesanan paket wisata dan ekspedisi di Kampung Batu Malakasari sehingga dapat mengetahui apa yang harus dikerjakan untuk menghasilkan sebuah kesimpulan dari penelitian ini.

3.2.2 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Jenis dan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.2.2.1 Sumber Data Primer

Data primer adalah pengumpulan data secara langsung dari objek yang sedang diteliti. Adapun data-data yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah form pemesanan kegiatan umum, form pemesanan wisata pelajar, data jadwal kunjungan study tour, jadwal kunjungan umum, data kunjungan study tour, data kunjungan umum, data paket wisata, data wahana, data paket kuliner, dan data fasilitas.

Adapun teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada Kampung Batu Malakasari, antara lain:

1. Wawancara

   Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tatap muka antara pewawancara dan yang diwawancarai. Dalam wawancara ini, pewawancara berkomunikasi langsung dengan salah satu karyawan *marketing* di Kampung Batu Malakasari.

2. Observasi

   Cara pengambilan data secara langsung dengan berkunjung ke objek penelitian yaitu Kampung Batu Malakasari. Pada objek penelitian dilakukan analisa sistem yang sedang berjalan guna memberikan pemecahan masalah.

3.2.2.2 Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Adapun data sekunder yang penelitu dapatkan adalah Data Kunjungan Kampung Batu Malakasari dan *Tektona Waterpark.*

3.2.3 Metode Pendekatan dan Pengembangan Sistem

Dalam merancang dan membangun sebuah sistem dibutuhkan metode pendekatan dan pengembangan sistem guna membantu proses perancangan dan pembuatan sistem.

3.2.3.1 Metode Pendekatan Sistem

Metode pendekatan sistem yang digunakan peneliti adalah metode pendekatan terstruktur. Pendekatan terstruktur dilengkapi dengan alat-alat (*tools*) dan teknik-teknik (*techniques*) yang dibutuhkan dalam pengembangan sistem, sehingga hasil akhir dari sistem yang dikembangkan akan didapatkan sistem yang strukturnya didefinisikan dengan baik dan jelas.

3.2.3.2 Metode Pengembangan Sistem

Metode pengembangan sistem yang akan dipakai adalah metode prototype agar dapat menerima perubahan-perubahan dalam rangka penyempurnaan prototipe yang sudah ada sehingga akhirnya dapat menghasilkan sistem informasi pemesanan wisata dan ekspedisi yang dapat diterima dan perubahan-perubahan yang terjadi merupakan sebagian dari proses pengembangan itu sendiri. Prototyping adalah proses pengembangan suatu prototip secara cepat untuk digunakan terlebih dahulu dan ditingkatkan terus menerus sampai didapatkan sistem yang utuh.

Tahapan-tahapan yang dilakukan di dalam pengembangan sistem menggunakan metode prototip adalah sebagai berikut ini.

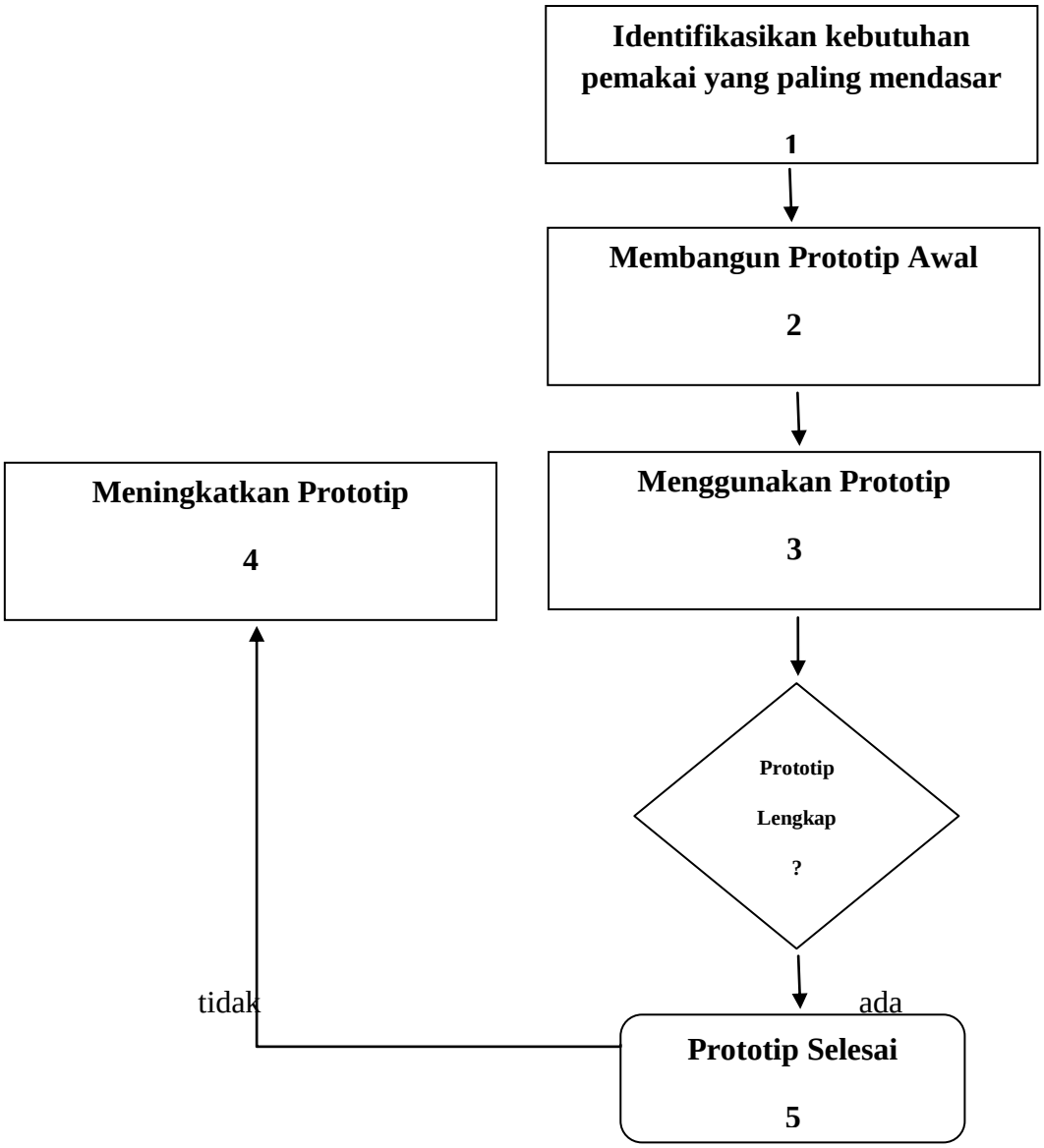
1. Identifikasikan kebutuhan pemakai yang paling mendasar. Pembuat sistem dapat mewawancarai pemakai sistem tentang kebutuhan pemakai sistem yang paling minimal terlebih dahulu. Proses ini sama dengan proses analisis di pengembangan sistem model SDLC.

2. Membangun *Prototipe*. *Prototipe* dibangun oleh pembuat sistem dengan cepat. Hal ini dimungkinkan karena pembuat sistem hanya membangun bagian yang paling mendasar dulu dari keseluruhan sistem yang paling dibutuhkan terlebih dahulu oleh pemakai sistem. Hal lainnya yang memungkinkan pembuat sistem membangun *prototipe* dengan cepat adalah dengan menggunakan alat-alat bantu generasi terbaru seperti **DBMS** dan **CASE**.
3. Menggunakan Prototip

   Pemakai sistem dianjurkan untuk menggunakan prototip sehingga dapat menilai kekurangan-kekurangan dari prototip sehingga dapat memberikan masukan-masukan kepada pembuat sistem.
4. Merevisi dan meningkatkan *prototipe*

   Pembuat sistem memperbaiki *prototipe* berdasarkan keinginan dari pemakai sistem atau berdasarkan pengalamannya untuk membuat sistem sejenis yang baik. Jika *prototipe* belum lengkap, maka proses iterasi diulang lagi mulai nomor 3.
5. Jika *prototipe* lengkap menjadi sistem yang dikehendaki, proses iterasi dihentikan.

Kelima tahapan di dalam mengembangkan sistem dengan metode *prototyping* dapat dilihat di gambar berikut ini.



Gambar 3.2 Membangun Prototip

(Sumber: Prof. Dr. Jogiyanto HM, MBA, Akt, 2009)

3.2.3.3 Alat Bantu Analisis dan Perancangan

1. *Flowmap*

   Flowmap adalah penggambaran secara grafik dari langkah-langkah dan urut-urutan prosedur dari suatu program.

2. *Context Diagram*

data flow diagram tingkat atas (*DFD Top level*), yaitu diagram yang paling tidak detail, dari sebuah sistem informasi yang menggambarkan aliran-aliran data ke dalam dan ke luar sistem dan ke dalam dan ke luar entitas-entitas eksternal.

3. *Data Flow Diagram*

   Data Flow Diagram (DFD) representasi grafik dari sebuah sistem. DFD menggambarkan komponen-komponen sebuah sistem, aliran-aliran data di mana komponen-komponen tersebut, dan asal, tujuan, dan penyimpanan dari data tersebut.

4. Kamus Data

   Kamus data adalah kumpulan daftar elemen data yang mengalir pada sistem perangkat lunak sehingga masukan (*input*) dan keluaran (*output*) dapat dipahami secara umum .

5. Perancangan Basis Data

   Perancangan basis data menghasilkan sekumpulan relasi yang yang saling berkerelasian dalam lingkup sistem khususnya sistem informasi pemesanan wisata dan ekspedisi pada Kampung Batu Malakasari. Untuk memenuhi batasan dalam definisi basis data maka setiap rancangan relasi perlu diuji untuk menentukan apakah relasi tersebut telah optimal. Adapun perancangan basis data yang akan dilakukan adalah proses normalisasi dan pembuatan tabel relasi.

   a) Normalisasi

Normalisasi diartikan sebagai suatu teknik yang menstrukturkan/ mendekomposisi data dalam cara-cara tertentu untuk mencegah timbulnya permasalahan pengolahan data dalam basis data. Permasalahan yang dimaksud adalah berkaitan dengan penyimpangan-penyimpangan yang terjadi akibat adanya kerangkapan data dalam relasi dan in-efisiensi pengolahan (Martin, 1975).

Proses normalisasi menghasilkan relasi yang optimal, yaitu (Martin, 1975):

1. memiliki struktur *record* yang konsisten secara logik;
2. memiliki struktur *record* yang mudah untuk dimengerti;
3. memiliki struktur *record* yang sederhana dalam pemeliharaan;
4. memiliki struktur *record* yang mudah ditampilkan kembali untuk memenuhi kebutuhan pengguna;
5. meminimalisasi kerangkapan data guna meningkatkan kinerja sistem.

b) Tabel Relasi

Tabel Relasi adalah hubungan antara dua tabel atau lebih di dalam database. Tabel Relasi berguna untuk menjaga konsistensi data di dalam suatu database.

Adapun jenis relasi dibagi menjadi 3 Jenis, antara lain:

1. Jenis Relasi *One-To-One*

Sebuah relasi dikatakan one-to-one bila sebuah record pada tabel A berhubungan tepat dengan hanya satu record di tabel B, sebaliknya satu record di tabel B berhubungan tepat dengan satu record di tabel A.

2. Jenis relasi *One-to-Many*

   Sebuah relasi dikatakan *one-to-many* bila sebuah record pada tabel A dapat berhubungan dengan satu atau lebih record di tabel B, tetapi satu *record* di tabel B hanya dapat berhubungan dengan tepat satu record di tabel A. Relasi ini merupakan relasi yang paling umum terjadi dalam dunia database.

3. Jenis Relasi *Many-to-Many*

   Sebuah relasi dikatakan *many-to-many* bila sebuah record pada tabel A berhubungan dengan lebih dari satu record di tabel B, dan begitupun satu *record* di tabel B berhubungan dengan lebih dari satu *record* di tabel A.

3.2.4 Pengujian Software

Pengujian perangkat lunak adalah proses menjalankan dan mengevaluasi sebuah perangkat lunak secara manual maupun otomastis untuk menguji apakah perangkat lunak sudah memenuhi persyaratan atau belum, atau untuk menentukan perbedaaan antara hasil yang diharapkan dengan hasil sebenarnya.

Adapun teknik pengujian yang digunakan untuk sistem adalah pengujian *Black Box*. Pengujian *Black Box* digunakan untuk menguji fungsi-fungsi khusus dari perangkat lunak yang dirancang. Dalam teknik ini, kebenaran perangkat

lunak yang diuji dilihat berdasarkan keluaran yang dihasilkan dari data atau kondisi masukan yang diberikan untuk fungsi yang ada tanpa melihat seperti apa proses untuk mendapatkan *output* tersebut.

3.3. Analisis Sistem Yang Berjalan

Analisis sistem adalah kegiatan untuk melihat sistem yang sudah berjalan, melihat bagian mana yang bagus dan tidak bagus, dan kemudian mendokumentasikan kebutuhan yang akan dipenuhi dalam sistem yang baru.

Analisis sistem ini akan menjelaskan tentang analisis dokumen, analisis prosedur yang berjalan, flowmap pemesanan dan pembatalan wisata, pemodelan berorientasi terstruktur, dan evaluasi sistem yang berjalan pada Kampung Batu Malakasari.

3.3.1 Analisis Dokumen

Dalam analisis dokumen dari penelitian yang dilakukan mengahasilkan beberapa dokumen yang digunkan dalam proses pemesanan wisata. Tujuan analisis dokumen untuk mengetahui dokumen apa saja yang berhubungan dalam sistem . Adapun dokumen-dokumen yang digunakan sebagai berikut:

1. Nama Dokumen : Form Pemesanan Kegiatan Umum
   Sumber : Bagian Marketing
   Rangkap :1
   Deskripsi : Form digunakan untuk mengisi data pemesan dan pesanan wisata kategori umum
   Elemen Data : Nama, Alamat, No. Telepon, Jenis Kegiatan, Hari & Tgl Kegiatan, Jumlah Peserta, Rincian Biaya

yang terdiri tiket masuk, paket makan, sewa aula, sewa villa, sewa saung, paket musik, sewa sound & charge listrik, total, dp, sisa

2. Nama Dokumen : Formulir Pemesanan Wisata Pelajar
   Sumber : Bagian Marketing
   Rangkap :1
   Deskripsi : Form digunakan untuk mengisi data pemesan dan pesanan wisata kategori wisata pelajar
   Elemen Data :Nama sekolah/ travel, Alamat, Penanggung jawab dan No Telepon, Jenis Kegiatan, Hari dan Tanggal Kegiatan, Jumlah peserta siswa, jumlah orang tua/ pendamping (tiket masuk/ paket makan), Rincian biaya terdiri dari paket study tour, tiket masuk orang tua, paket makan orang tua, paket makan guru, total, dp, sisa.

3. Nama Dokumen : Kwitansi Pembayaran
   Sumber : Bagian Marketing
   Rangkap : 3
   Deskripsi : Bukti pemesanan paket wisata pelajar dan umum baik dibayar penuh atau uang muka
   Elemen Data :No kwitansi pembayaran, Tgl, Nama, Tgl.Kegiatan, Contact Person, hp, no, uraian, banyak, harga, jumlah

4. Nama Dokumen : Jadwal Kunjungan *Study Tour*
   Sumber : Bagian Marketing
   Rangkap : 1
   Deskripsi :Jadwal kunjungan berisi informasi pengunjung yang pasti dan belum pasti berkunjung kategori wisata pelajar
   Elemen Data :No, Tanggal, Nama Sekolah, Jumlah Peserta (Siswa, Guru (free, bayar), orang tua(makan, tiket), Contact Person (Nama, No. Telepon, Keterangan (fix,belum), Tempat
5. Nama Dokumen : Jadwal Kunjungan Umum
   Sumber : Bagian Marketing
   Rangkap : 1
   Deskripsi :Jadwal kunjungan berisi informasi pengunjung yang pasti dan belum pasti berkunjung kategori umum
   Elemen Data :No, Tanggal, Nama Instansi/ umum, Jumlah Peserta (makan, tiket, jenis paket), Contact Person(nama, no.telepon), Keterangan(fix,belum), Tempat, Jam makan (bila ada)
6. Nama Dokumen : Data Kunjungan *Study Tour*
   Sumber : Bagian Marketing
   Rangkap : 2

Deskripsi :Data kunjungan berisi informasi pengunjung yang pasti akan berkunjung kategori wisata pelajar

Elemen Data :Tanggal, nama instansi/umum, jumlah, kegiatan/paket, nama, no telepon

7. Nama Dokumen : Data Kunjungan Umum

   Sumber : Bagian Marketing

   Rangkap : 2

   Deskripsi : Data kunjungan berisi informasi pengunjung yang pasti akan berkunjung kategori umum

   Elemen Data : Tanggal, Nama instansi/umum, Jumlah, jenis kegiatan, nama, no telepon

8. Nama Dokumen : Data Marketing / Ekspedisi

   Sumber : Bagian Marketing

   Rangkap : 2

   Deskripsi : Data ekspedisi berisi informasi mengenai identitas pengunjung baik instansi maupun umum

   Elemen Data :no, nama sekolah/ instansi/ umum, alamat, marketing

3.3.2 Analisis Prosedur Yang Sedang Berjalan

Prosedur Pemesanan Wisata

1. *Telemarketing* memberikan form pemesanan (*study tour* atau umum) kepada pengunjung,
2. Pengunjung mengisi form pemesanan (*study tour* atau umum),

3. Pengunjung mengembalikan form pemesanan yang sudah terisi kepada *Telemarketing*,
4. *Telemarketing* mencatat pesanan wisata baik kategori wisata pelajar atau umum dalam buku jadwal kunjungan,
5. *Telemarketing* membuat kwitansi pembayaran pemesanan wisata baik kategori wisata pelajar atau umum. Untuk pembayaran bisa dilakukan secara penuh atau memberikan uang muka sebasar 30% dari total bayar keseluruhan. Kwitansi pembayaran terdiri atas 3 rangkap yakni lembar putih untuk pengunjung, lembar merah untuk bagian keuangan, dan lembar hijau untuk *marketing*.
6. *Telemarketing* memberikan kwitansi pembayaran kepada pengunjung sebagai bukti pembayaran,
7. Pengunjung menerima kwitansi pembayaran study tour atau umum,
8. Dalam kurun waktu satu bulan, *Telemarketing* membuat data kunjungan *study tour* dan umum yang dijadikan sebagai laporan pertanggungjawaban kepada *manager marketing*.

Pembatalan Pemesanan Wisata

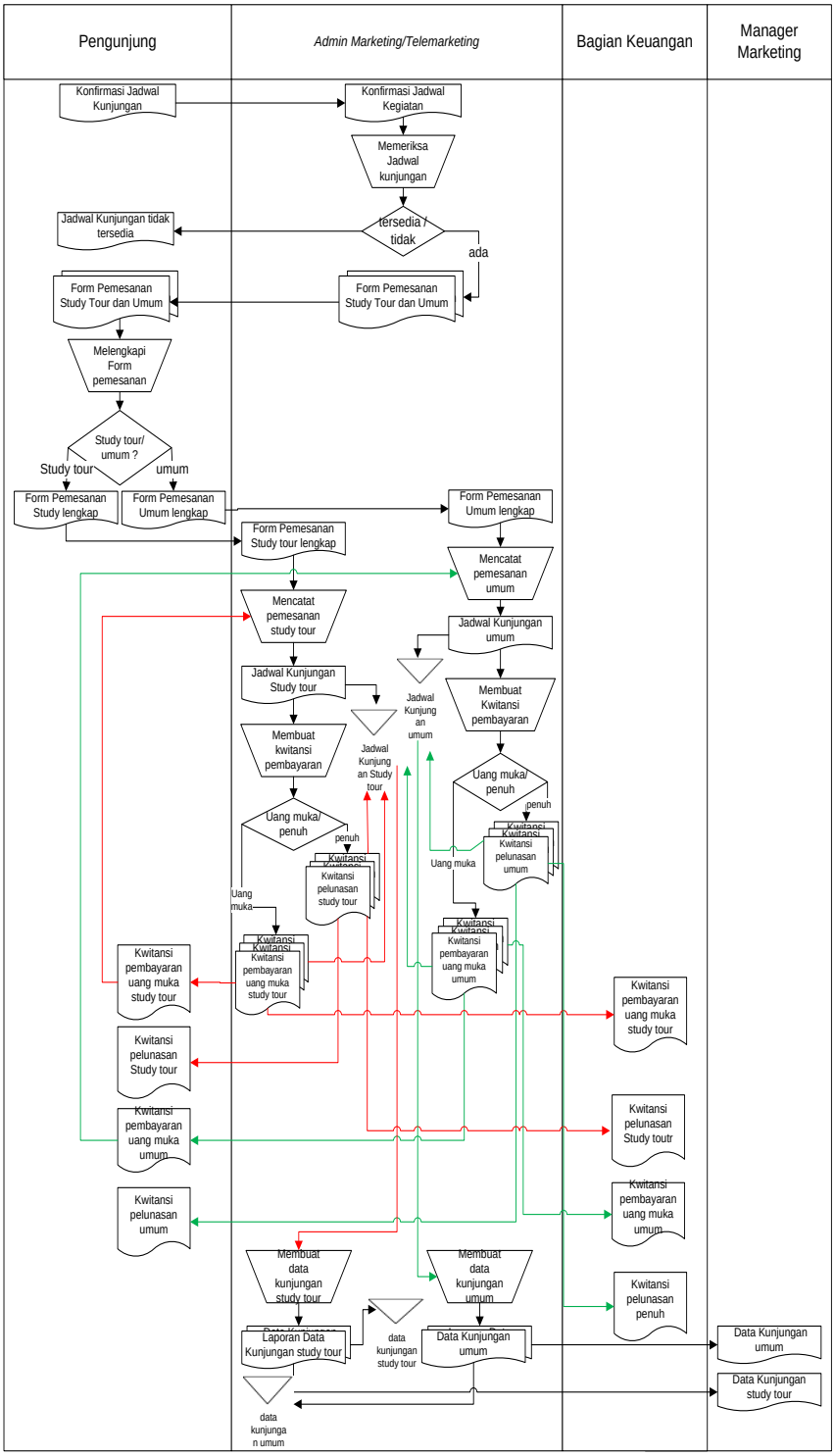
1. Pengunjung menyerahkan kwitansi pembayaran baik yang dibayar penuh atau uang muka sebesar 30%.
2. *Telemarketing* memeriksa kategori pesanan wisata yang dibatalkan apakah *study tour* atau umum.
3. *Telemarketing* memeriksa tanggal kunjungan, untuk jenis kunjungan wisata pelajar dan kegiatan umum apabila pembatalan dilakukan sebelum

H-7 maka pengunjung hanya menerima 50% dari uang muka atau yang dibayar penuh dan menerima kwitansi pegembalian, sedang pembatalan yang dilakukan kurang dari sama dengan H-7 tidak mendapat potongan apapun dari pembayaran yang dilakukan baik uang muka 30% maupun dibayar penuh.

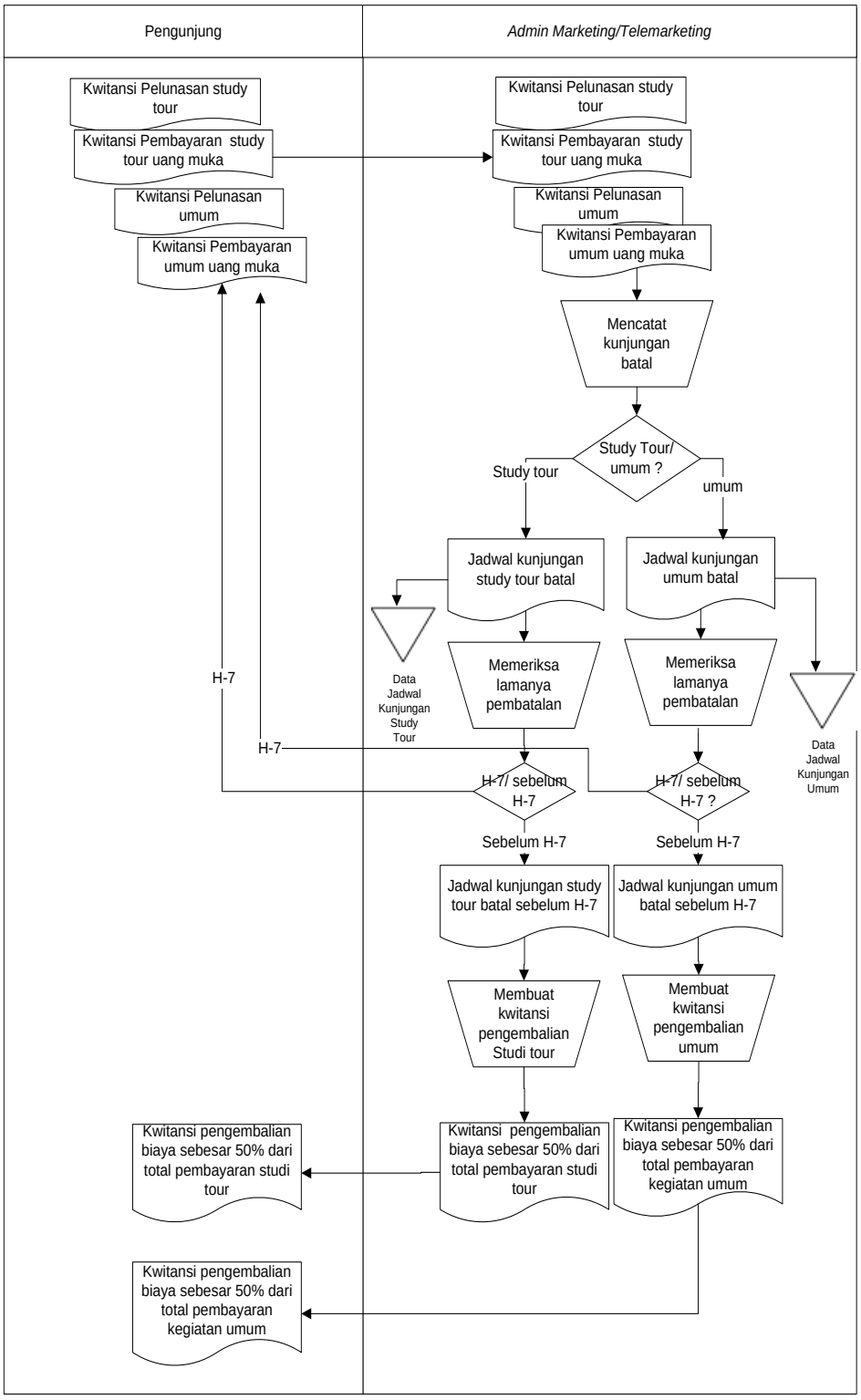
Prosedur Pembuatan Data Ekspedisi

1. *Supervisor marketing* menerima data jadwal kunjungan *study tour* dan umum dari *marketing*.
2. *Supervisor marketing* mengolah data jadwal kunjungan *study tour* dan umum menjadi data ekspedisi. Data ekspedisi berisi target objek pemasaran yang berbeda-beda yang dibagikan kepada *staff marketing*.
3. *Staff marketing* menerima data ekspedisi.

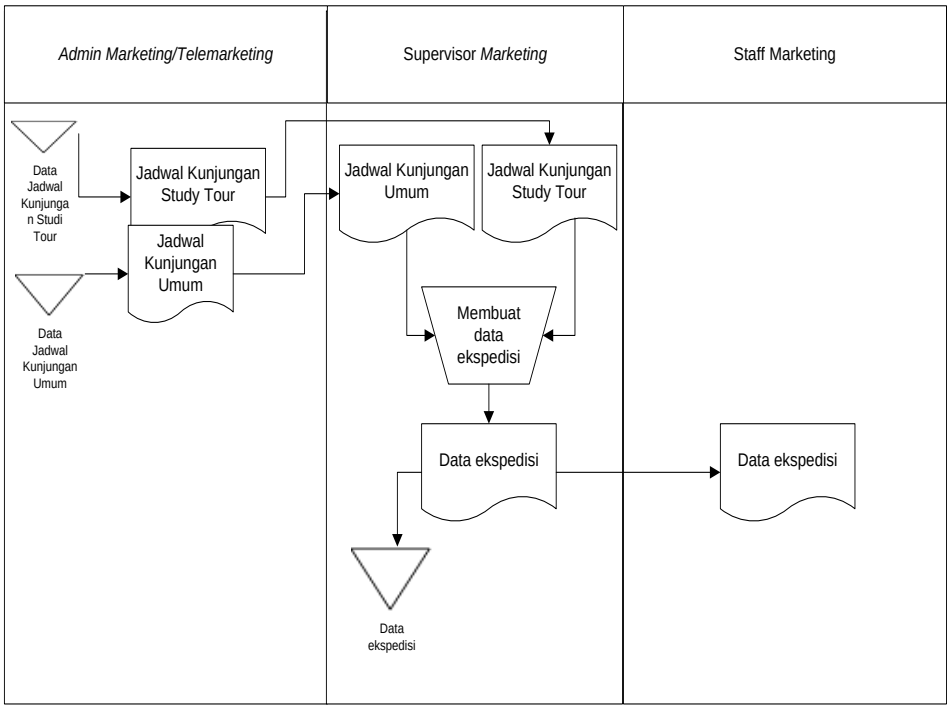
3.3.2.1. Flow Map



Gambar 3.3 Pemesanan Wisata Pelajar dan Umum yang Sedang Berjalan

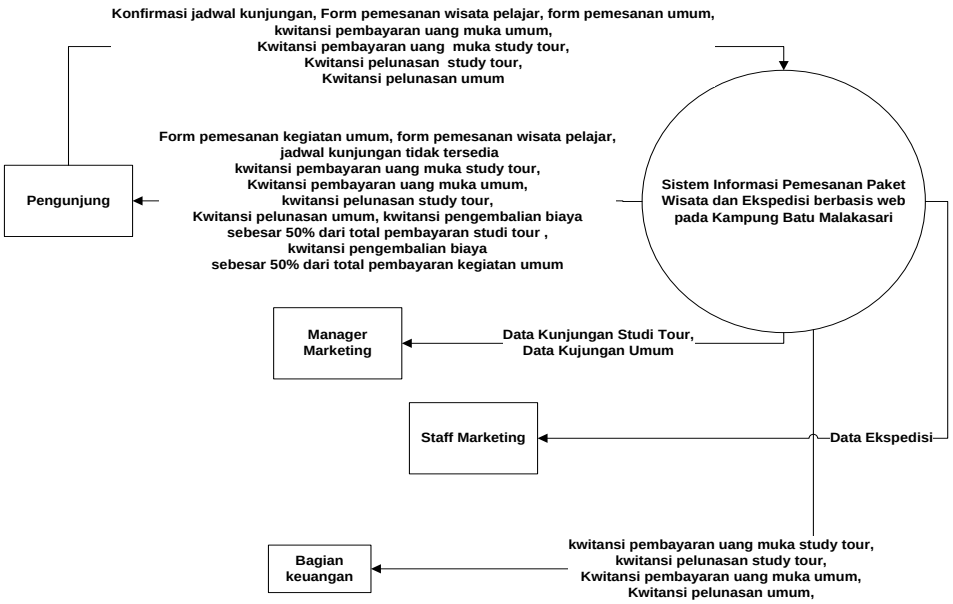


Gambar 3.4 Pembatalan Pemesanan Wisata Pelajar dan Umum Yang Sedang Berjalan



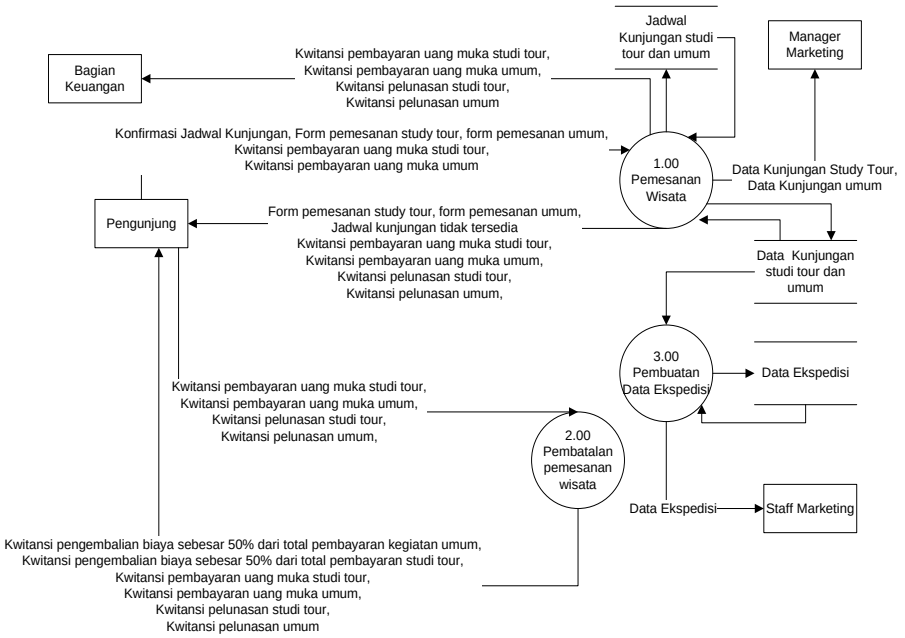
Gambar 3.5 Pembuatan Data Ekspedisi yang Sedang Berjalan

3.3.2.2. Diagram Konteks

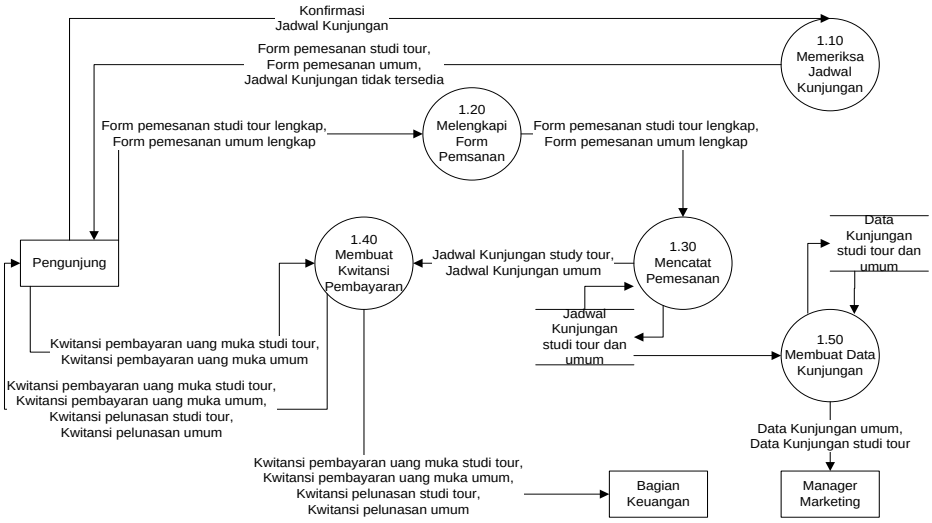


Gambar 3.6 Diagram Konteks Sistem Yang Sedang Berjalan

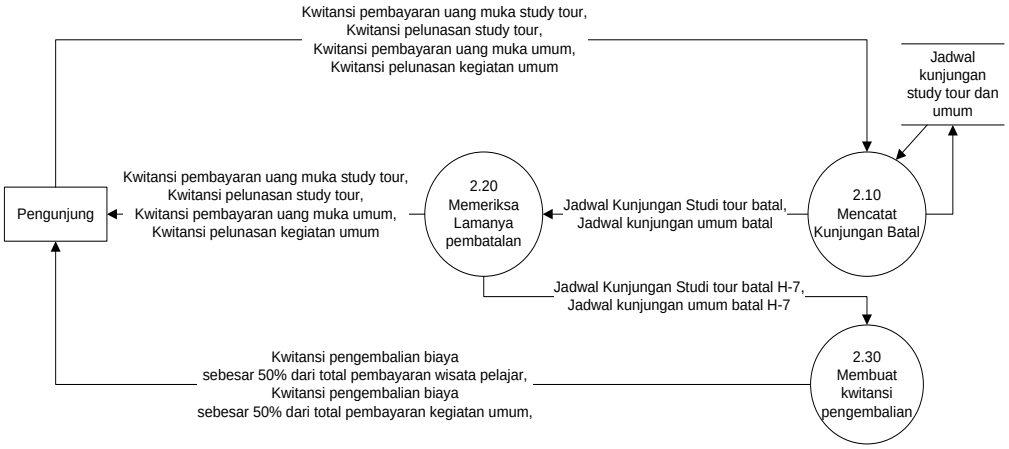
3.3.2.3. Data Flow Diagram



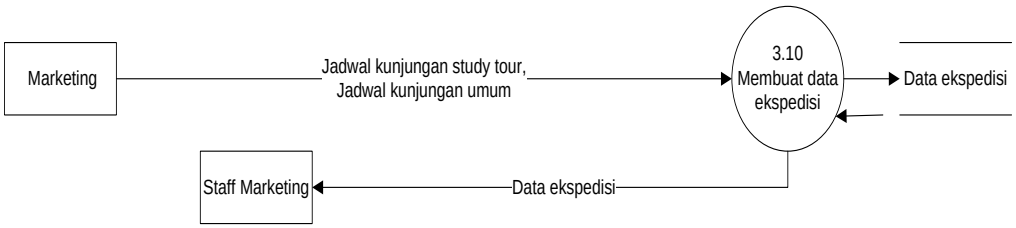
Gambar 3.7 DFD Level 1 Sistem Yang Sedang Berjalan



Gambar 3.8 DFD Level 2 Proses 1 Sistem Yang Sedang Berjalan



Gambar 3.9 DFD Level 2 Proses 2 Sistem Yang Sedang Berjalan



Gambar 3.10 DFD Level 2 Proses 3 Sistem Yang Sedang Berjalan

3.3.3 Evaluasi Sistem Yang Sedang Berjalan

Berdasarkan analisis sistem yang dilakukan, peneliti menemukan kekurangan dari sistem yang sedang berjalan dalam Sistem Pemesanan paket wisata dan ekspedisi pada Kampung Batu Malakasari, yaitu:

1. Waktu yang dibutuhkan *telemarketing* dalam melayani pengunjung kurang efisien dengan pengecekan jadwal kunjungan ada atau tidak dan pencatatan pemesanan masih manual mengakibatkan adanya antrian untuk pemesanan wisata.

2. Pengolahan data kunjungan kurang cepat dan akurat karena dalam pengolahannya harus mencatat semua hasil pemesanan secara manual dari data jadwal kunjungan.
3. Pembuatan data ekspedisi atau pengunjung belum efisien karena supervisor harus menentukan dan mencatat berapa banyak target objek instansi/ umum yang diberikan kepada *staff marketing* secara manual.

Dengan melihat kekurangan tersebut, dibutuhkan sebuah sistem informasi yang dapat meminimalisir kekurangan pada sistem yang sedang berjalan.