DAFTAR ISI

ABSTRAK i
ABSTRACT ii
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR GAMBAR viii
DAFTAR TABEL x
DAFTAR SIMBOL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
I.1 Latar Belakang Masalah 1
I.2 Perumusan Masalah 2
I.3 Maksud dan Tujuan 2
I.4 Batasan Masalah 2
I.5 Metodologi Penelitian 3
I.5.1 Metode Pembangunan Data Mart dan Reporting Tools 3
I.6 Sistematika Penulisan 5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 7
II.1 Profile Perusahaan 7
II.1.1 Sejarah Perusahaan 7
II.1.2 Struktur Organisasi 7
III.1.3 Aspek Kegiatan Perusahaan 8

II.2 Landasan Teori 9
II.2.1 Pengertian Data 9
II.2.2 Basis Data 10
II.2.3 Data Warehouse 11
II.2.4 Data Mart 13
II.2.5 Data Staging 17
II.2.6 OLAP (On-Line Analytical Processing) 18
II.2.7 OLTP (On-Line Transaction Processing) 19
II.2.8 Visualisasi Data 19
II.2.9 Entity Relationship Diagram 21
II.2.10 Data Flow Diagram 21
BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM 23
III.1 Analisis Sistem 23
III.1.1 Analisis Masalah 23
III.1.2 Analisis Sumber Data 23
III.1.3 Analisis Kebutuhan Informasi Strategis 33
III.1.4 Analisis Dimensi dan Fakta Bisnis 34
III.1.5 Analisis Data Staging 39
III.1.6 OLAP (On-Line Analytical Processing) 57
III.1.7 Analisis Spesifikasi Kebutuhan Perangkat Lunak 59
III.1.8 Analisis Kebutuhan Fungsional 62
III.2 Perancangan Sistem 70
III.2.1 Perancangan Antarmuka 70

III.2.2 Perancangan Struktur Menu 77
III.2.3 Perancangan Pesan 77
III.2.4 Jaringan Semantik 77
III.2.5 Perancangan Prosedural 79
III.2.6 Deployment 82
BAB IV IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN 85
IV.1 Implementasi Sistem 85
IV.2 Pengujian Sistem 91
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 105
V.1 Kesimpulan 105
V.2 Saran 105
DAFTAR PUSTAKA 107