

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Tempat Perusahaan

Bulan oktober 2019 seorang laki-laki yang baru lulus menempuh perkuliahan di Universitas Pendidikan Indonesia pada jenjang sarjana Pendidikan Seni Rupa yang memutuskan kembali ke Kota Metro tempat kelahirannya, selama masa perkuliahan beliau sudah mulai tertarik membuat kriya dari tanah liat, dan setiba di Kota Metro beliau mulai kembali membuat berbagai jenis kriya tersebut. Ada rasa risau apakah produk ini bisa diterima disini. Namun beliau teringat sosok seniman idolanya yaitu Vincent van Gogh, pelukis aliran pasca-impresionisme dari Belanda yang sampai hanyatnya menempuh jalan sunyi. Dua bulan pertama ia mendirikan Ruang Keramik Studio tahun 2019 beliau mengunggah secara pribadi pada akun *instagram* yaitu @baskoro_wicaksono juga melalui akun resmi Ruang Keramik Studio yaitu @ruangkeramikstudio selain itu beliau juga menggelar kelas membuat keramik seminggu sekali di studionya yang saat ini di *Pottery Class*. Akhirnya permintaan pertama datang pada bulan Desember 2019 seorang dari Surabaya menghubunginya lewat *instagram* meminta dibuatkan berapa model vas bunga. Setelah hal itu untuk Ruang Keramik Studio yang juga menggelar pameran dalam mempromosikan atau memerankan produk-produk yang dimiliki, yang dimulai pada tahun 2021 hingga ditotal sudah menggelar pameran sebanyak 8 kali. Hingga saat ini penjualan produk sudah lebih luas lagi yaitu melakukan ekspor ke kota-kota besar seperti Kota Bandung, Surabaya, Jakarta, dan Bali. Ruang Keramik Studio yang di miliki Baskoro Wicaksono ini memiliki 3 pegawai yang terdiri dari 1 Manajer *Pottery Class*, 1 Manajer Produk 2 Divisi Produksi, dan selain menjadi owner atau pemilik Baskoro Wicaksono juga ambil alih menjadi Divisi Publikasi. Ruang Keramik Studio buka setiap hari Senin hingga Sabtu dari pukul 08:30 - 17:00 WIB. Hingga saat ini sosial media resmi Ruang Keramik Studio berupa *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp* dan *Facebook* dengan *username* akun sebagai berikut:

1. *Instagram* : @ruangkeramikstudio
2. *TikTok* : @ruangkeramikstudio
3. *WhatsApp* : +62 858-4096-4507
4. *Facebook* : Ruang Keramik Studio

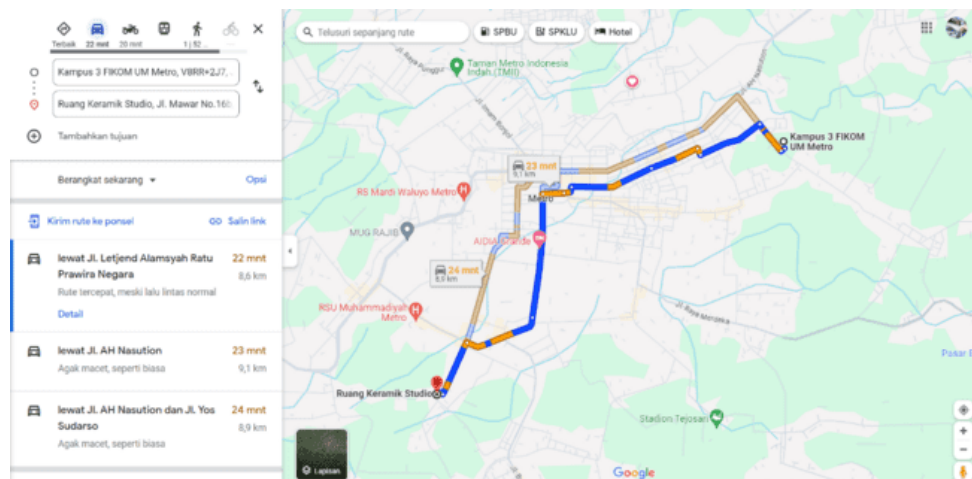
Ruang Keramik Studio juga memiliki logo resmi yang dapat dilihat pada gambar 24 dari berdirinya tahun 2019 yaitu sebagai berikut:



Gambar 25. Logo Ruang Keramik Studio (Sumber : Ruang Keramik Studio, 2024)

B. Lokasi Tempat Perusahaan

Ruang Keramik Studio berlokasi di Jl. Mawar No.16b Mulyojati, Kecamatan Metro Barat., Kota Metro, Lampung, Indonesia 34122. Memiliki jarak 8.6 km dari Fikom Kampus 3 Universitas Muhammadiyah Metro dapat ditempuh dalam waktu kurang lebih 22 menit bila menggunakan mobil sebagai kendaraan dan kurang lebih 20 menit bila menggunakan motor yang dapat dilihat pada gambar 25.



Gambar 26. Denah Ruang Keramik Studio (Sumber : Penulis, 2024)

C. Sistem Manajemen Perusahaan

Setiap organisasi memiliki visi dan misi yang berbeda. Visi dan Misi dirancang dan dibuat suatu organisasi dengan tujuan kenapa dan mengapa suatu organisasi didirikan. Berikut adalah visi dan misi Ruang Keramik Studio:

1. Visi dan Misi

a. Visi

Ruang Keramik Studio sebagai produsen sekaligus pemasok produk keramik di Lampung dan Indonesia.

b. Misi

- 1) Mengembangkan produk keramik yang otentik secara berkelanjutan.
- 2) Pengembangan di bidang pendidikan kesenian sebagai wisata edukasi kreatif.
- 3) Menjangkau pasar internasional.

2. Kedudukan, Tugas, dan Fungsi Organisasi

a. Owner atau Pemilik

- 1) Menganalisa perputaran modal dan keuntungan yang didapat Ruang Keramik Studio.
- 2) Mengawasi kinerja tim dalam menciptakan produk.
- 3) Mengawasi kinerja tim dalam pelayanan terhadap *customer*.
- 4) Menjaga relasi yang menunjang keberlanjutan usaha.

b. Manajer Produk

- 1) Komunikasi dengan *customer* produk.
- 2) Membuat *invoice*.
- 3) Mengontrol kualitas produk.
- 4) Melaporkan omset yang didapat dalam 1 bulan.

c. Manajer Pottery Class

- 1) Komunikasi dengan *customer*.
- 2) Mengkomunikasikan kelas yang akan dilaksanakan kepada mentor.
- 3) Mendata karya yang dibuat oleh peserta (*customer*).
- 4) Memberikan informasi karya kelas kepada tim *packing*.

d. Divisi Produk

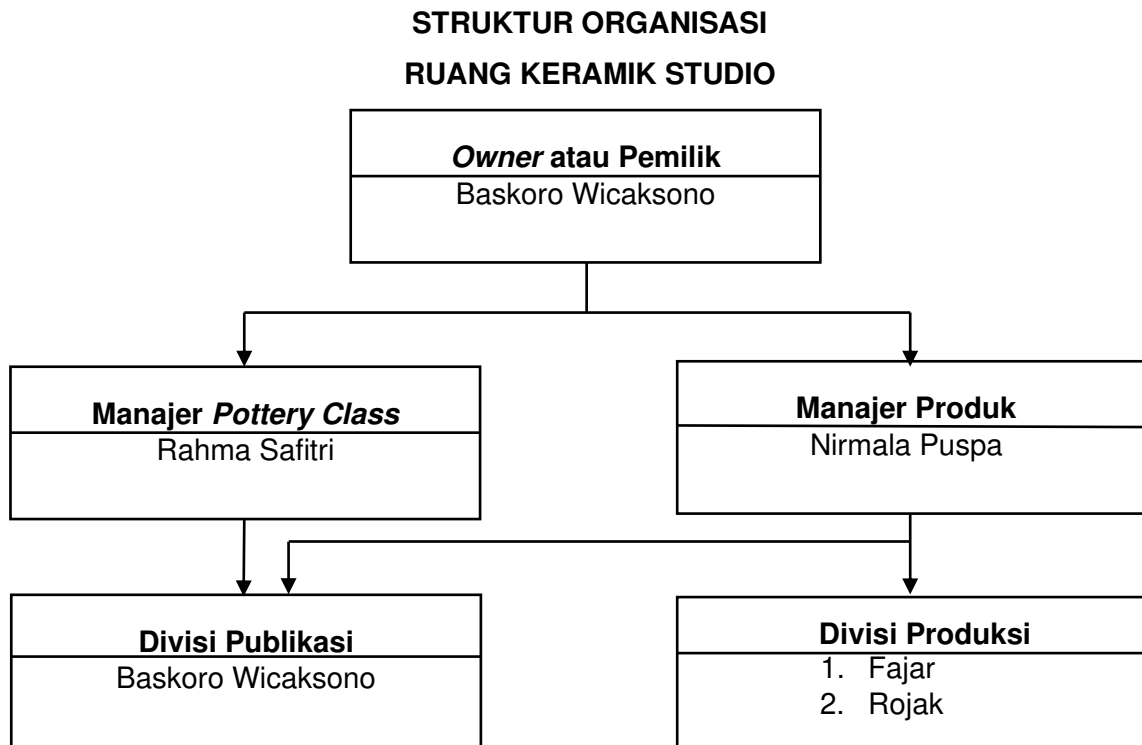
- 1) Melakukan riset terhadap bahan dan alat keramik.
- 2) Melakukan produksi keramik.
- 3) Melakukan pembakaran.
- 4) Melakukan inovasi terhadap produk keramik.
- 5) Melaporkan hasil produksi kepada manajer.

e. Divisi Publikasi

- 1) Mendokumentasikan setiap kegiatan *Pottery Class* berlangsung.
- 2) Memfoto setiap produk baru yang diproduksi.
- 3) Melakukan pengeditan foto-foto yang telah diambil untuk dipublikasikan di sosial media.

D. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan adalah susunan atau tingkat kedudukan, peran, atau tanggung jawab setiap orang dalam perusahaan. Tujuan dari struktur organisasi adalah untuk menciptakan kerangka organisasi yang jelas dalam suatu perusahaan dan membantu individu-individu dalam perusahaan untuk berkoordinasi dan melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawabnya. Gambar 26 menunjukkan Struktur Organisasi di Ruang Keramik Studio.



Gambar 27. Bagan Struktur Organisasi Ruang Keramik Studio

E. Analisis Sistem yang Sedang Berjalan

1. Aliran Informasi

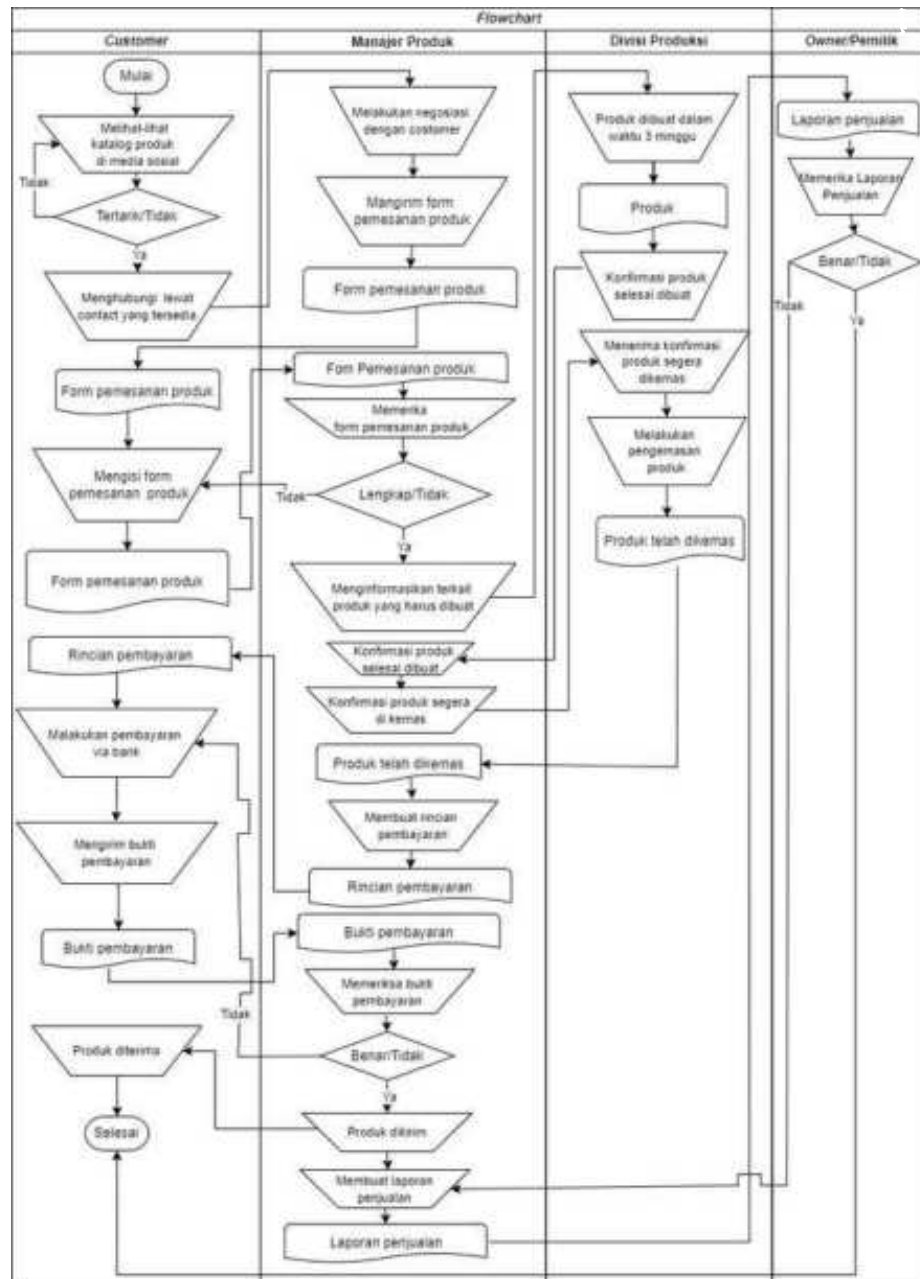
- a. *Customer* melihat-lihat katalog produk media sosial di Ruang Keramik Studio berupa *Instagram*, *TikTok*, *WhatsApp* dan *Facebook* dengan *username* akun sebagai berikut:
 - 1) *Instagram* : @ruangkeramikstudio
 - 2) *TikTok* : @ruangkeramikstudio
 - 3) *WhatsApp* : +62 858-4096-4507
 - 4) *Facebook* : Ruang Keramik Studio

- b. Jika *customer* tertarik pada produk maka *customer* akan menghubungi Ruang Keramik Studio dari *contact* yang tersedia, jika tidak maka akan kembali melihat-lihat katalog produk di media sosial yang tersedia.
- c. *Customer* melakukan negosiasi dengan manajer produk.
- d. Manajer produk mengirim form pemesanan produk kepada *customer*.
- e. *Customer* mengisi form pemesanan produk yang telah diterima, kemudian dikirim kembali kepada manajer produk.
- f. Manajer produk memeriksa form pemesanan produk yang telah diisi, jika lengkap maka produk segera dibuat, jika tidak maka *customer* kembali mengisi form pemesanan produk.
- g. Manajer produk melakukan konfirmasi terkait produk yang harus dibuat kepada divisi produksi.
- h. Divisi produksi membuat pesanan produk yang telah dipesan dalam waktu 3 minggu.
- i. Divisi produksi melakukan konfirmasi kepada manajer produk bahwa produk telah selesai dibuat.
- j. Manajer produk menerima konfirmasi bahwa produk telah selesai dibuat dari divisi produksi.
- k. Manajer produk melakukan konfirmasi kepada divisi produksi bahwa produk harus segera dikemas.
- l. Divisi produksi menerima konfirmasi bahwa produk harus segera dikemas.
- m. Divisi produksi segera melakukan pengemasan dan langsung menyerahkan produk kepada manajer produk.
- n. Manajer produk menerima produk yang telah dikemas oleh divisi produksi.
- o. Manajer produk membuat rincian pembayaran untuk *customer* dan langsung mengirimnya kepada *customer*.
- p. *Customer* menerima rincian pembayaran dan manajer produk.
- q. *Customer* melakukan pembayaran melalui via bank
- r. *Customer* mengirim bukti pembayaran kepada manajer produk.
- s. Manajer produk menerima bukti pembayaran dari *customer*.
- t. Manajer produk memeriksa bukti pembayaran, jika benar lanjut ke pengiriman produk jika tidak maka kembali melakukan pembayaran.
- u. Manajer produk mengirim produk ke alamat tujuan.
- v. *Customer* menerima produk.
- w. Manajer produk membuat laporan penjualan.

- x. Manajer produk mengirim laporan penjualan kepada *owner* atau pemilik.
- y. Owner atau pemilik menerima kemudian memeriksa laporan penjualan, jika benar maka selesai, jika tidak maka manajer produk kembali membuat laporan.
- z. Selesai

2. Flowchart

Flowchart sistem penjualan yang berjalan pada Ruang Keramik Studio sebagai berikut:



Gambar 28. Flowchart Sistem Penjualan di Ruang Keramik Studio (Sumber: Ruang Keramik Studio, 2024)

3. Kendala Sistem

untuk menentukan efektifitasnya, kinerjanya, dan apakah sistem tersebut memenuhi tujuan yang diharapkan.

- a. Penyampaian informasi produk masih menggunakan media sosial sehingga membuat *customer* tidak sepenuhnya memahami informasi yang diberikan dari katalog dalam format pdf, dimana format pdf ini tidak bisa ditampilkan tanpa adanya aplikasi bantu seperti WPS Office, CamScanner, PDF Reader dan lainnya.
- b. Dalam penjualan produk tidak begitu efektif karena *customer* sendiri banyak berasal dari luar kota maupun provinsi.
- c. Pembelian dan penjualan produk menggunakan media sosial sebagai media komunikasi antara kedua belah pihak.
- d. *Customer* kekurangan informasi terkait produk yang mereka telah pesan.
- e. Pencatatan penjualan produk yang dilakukan masih menggunakan buku.

4. Kebutuhan Sistem

- a. Mampu memberikan informasi produk secara *online* dengan menampilkan produk berupa gambar, harga, deskripsi dengan hanya membuka *website*.
- b. Mampu melakukan proses negosiasi, pemesanan dan pembelian barang secara *online*.
- c. Memiliki menu yang dapat digunakan oleh *customer* mengupload bukti pembayaran via bank.
- d. Mampu melakukan *Checkout* dimana saja asal terhubung dengan internet produk.
- e. Sistem manajemen pesanan yang efisien untuk mengelola pesanan dari proses pemesanan hingga pengiriman, termasuk pelacakan pengiriman untuk memberikan informasi yang akurat kepada *customer*.

5. Analisis Dokumen

Dokumen digunakan dalam perancangan *website* karena melalui analisis dokumen, kita dapat mengetahui jenis data yang terdapat dalam dokumen tersebut.

a. Dokumen Katalog Produk

Analisis terhadap data produk merupakan dokumen yang terdapat dalam sistem penjualan produk pada Ruang Keramik Studio dapat dilihat pada tabel 4. Adapun fungsi dari data tersebut untuk mengetahui stok produk, yang bersumber dari bagian penjualan untuk diberikan kepada *customer*.

Tabel 4. Dokumen Katalog Produk

No.	Nama	Keterangan
1.	Nama Dokumen	Data Katalog Produk
2.	Tujuan	<i>Customer</i>
3.	Sumber	Bagian Penjualan (Manajer Produk)
4.	Kegunaan	Untuk mengetahui list
5.	Isi	Nama, foto, keterangan (volume, tinggi, lebar, jenis tanah liat yang digunakan, tahun produksi), harga.

(Penulis, 2024)

b. Dokumen Rincian Pembayaran

Tabel 5 memuat analisis dokumen rincian pembayaran yang terdapat dalam sistem penjualan. Dokumen ini berfungsi sebagai detail pembayaran yang disampaikan oleh manajer produk kepada pelanggan saat melakukan transaksi penjualan.

Tabel 5. Dokumen Rincian Pembayaran

No.	Nama	Keterangan
1.	Nama Dokumen	Dokumen Rincian Pembayaran
2.	Tujuan	<i>Customer</i>
3.	Sumber	Bagian Penjualan (Manajer Produk)
4.	Kegunaan	Untuk mengetahui rincian pembayaran yang harus dilakukan oleh <i>customer</i> .
5.	Isi	Nama <i>customer</i> , alamat (jalan, rt/tw, kelurahan, kecamatan, kota/kabupaten, provinsi, kode post) jumlah produk, kode produk/nama produk, harga satuan, jumlah, biaya pengiriman/ongkir, jumlah total, cara pembayaran, pengiriman via, tanggal.

(Penulis, 2024)

c. Dokumen *Form* Pemesanan produk

Tabel 6 memuat informasi mengenai dokumen pengiriman produk yang terintegrasi dalam sistem penjualan. Dokumen ini memiliki peran penting dalam proses pemesanan produk oleh pelanggan Ruang Keramik Studio. Informasi ini diperoleh langsung dari Manajer Produk perusahaan tersebut.

Tabel 6. Dokumen Pemesanan Produk

No.	Nama	Keterangan
1.	Nama Dokumen	Dokumen <i>Form</i> Pemesanan Produk
2.	Tujuan	<i>Customer</i>
3.	Sumber	Bagian Penjualan (Manajer Produk)
4.	Kegunaan	Untuk mengirim produk yang dipesan secara <i>online</i> ke <i>customer</i> oleh Ruang Keramik Studio.
5.	Isi	Nama lengkap, alamat ((jalan, rt/tw, kelurahan, kecamatan, kota/kabupaten, provinsi, kode post), no.telp/hp, email, jumlah produk, kode produk/nama produk, cara pembayaran, pengiriman via.

(Penulis, 2024)