



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB III

### ANALISA SISTEM INFORMASI

#### 3.1. Sejarah Perusahaan

Nama Ogua ditemukan pada tahun 2001, yang merupakan kombinasi nama dari pemilik perusahaan. OGUA GROUP mendistribusikan produk-produk kayu berkualitas tinggi mulai dari berbagai jenis komponen kayu, profil kayu, lantai, pintu kayu, dan lain-lain. Telah berpengalaman sekitar 40 tahun, termasuk mengikuti pelatihan-pelatihan di luar negeri. Mulai dari pengalaman *Wood Technology Training* di perusahaan France Bed di Jepang pada tahun 1974, *Hydromat Molding Machine Training* di perusahaan WEINIG Jerman dan *Woodworking Machine Training* di Italy pada 1982 dan *Furniture Lacquering Technic Training* di Taiwan pada tahun 1989. Sehingga pendiri memiliki pengalaman kerja di bidang *furniture, woodworking, wood flooring* mulai dari tahun 1974 sampai tahun 2002.

Pendiri melihat adanya kesempatan untuk mengembangkan dan membantu industri bisnis kayu di Indonesia. Kemudian pendiri membantu beberapa perusahaan *woodworking* dan *furniture* dengan bantuan teknik informasi pengoprasian kayu dan dengan waktu yang bersamaan OGUA GROUP membeli produk dari luar negeri dan menjadi sumber agen atau pemasok untuk perusahaan di Indonesia. Dari tahun 2002, OGUA GROUP memulai kegiatan ekspor dalam bisnis sumber kayu. OGUA GROUP telah mengekspor *Klin Sticks, Door Jambs, Wood Slats, White Prime Profile*

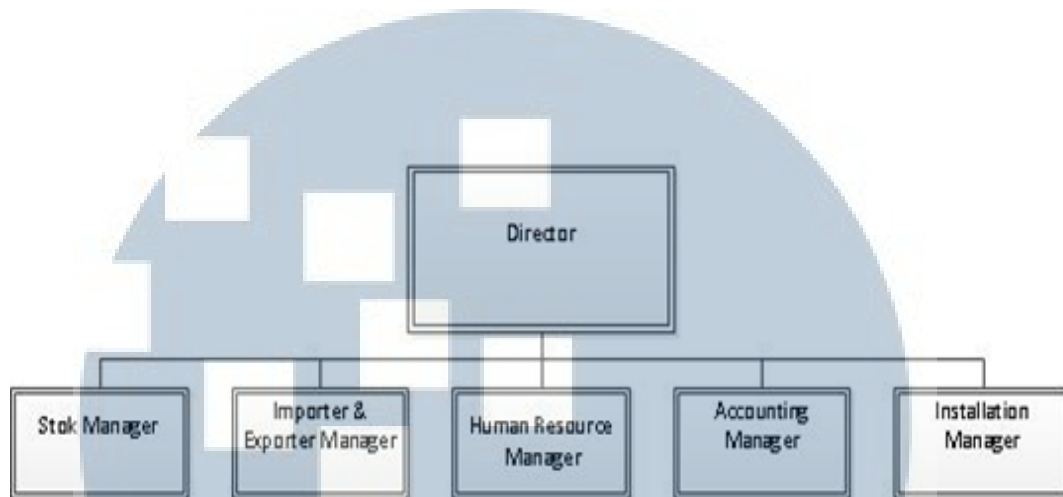
dan *Lazy Susan* dari pabrik ke pasar Amerika. OGUA GROUP juga telah mengekspor *Brush Block Component* dari bahan *Rubberwood* ke pembeli di SRI LANKA, *White Prime* dan *Anti Slip* ke pasar Eropa dan *Decking* ke pasar Australia.

Dalam waktu yang bersamaan OGUA GROUP memulai bisnis distribusi di pasar Indonesia sebagai pemasok HDF *Laminate Floor* dan *Wood Flooring* termasuk MDF dan *Wood Profile* dibawah merek JuTop. Selain dengan berbagai macam produk kayunya, OGUA GROUP juga menjadi agen distribusi BOSTIK *adhesive*, *sealant*, *CTA*, dan *waterproofing* termasuk produk yang dijual di supermarket bahan bangunan seperti Mitra 10 dan lainnya.

### **3.2. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi perusahaan adalah untuk menciptakan komunikasi dan kerjasama yang baik antara pekerja dan atasannya dalam kegiatan operasional sehari-hari dalam upaya pencapaian tujuan perusahaan. Dengan adanya struktur organisasi maka dapat dilakukan pembagian tugas, pemberian wewenang dan tanggung jawab yang dijelaskan dalam suatu gambaran tugas.

Struktur organisasi yang ada pada CV. Ogua Distribusi merupakan struktur organisasi garis, dimana jalannya arus instruksi berasal dari atasan yang kemudian akan diteruskan hingga pada pekerja yang ada di lapangan. Pada gambar 3.1 dapat dilihat gambar struktur organisasi yang terdapat pada CV. Ogua Distribusi.

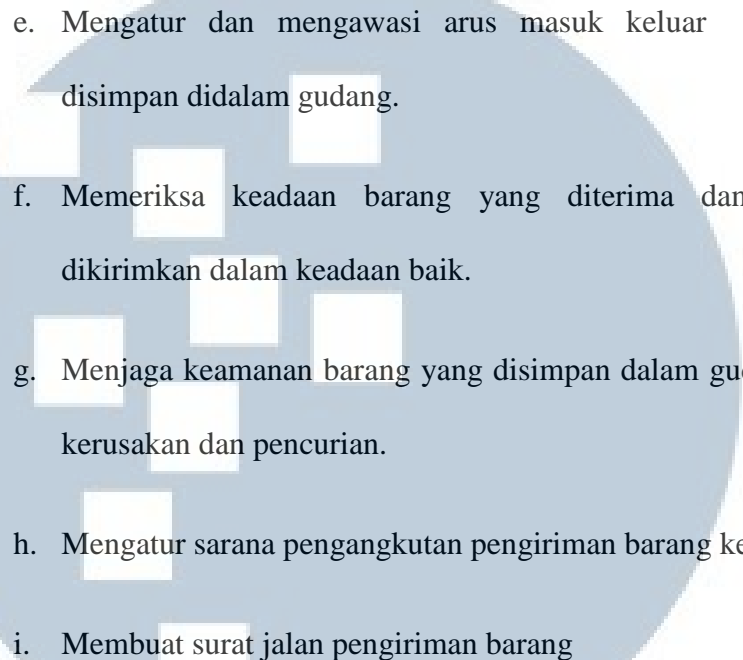


**Gambar 3.1 Struktur Organisasi CV. Ogua Distribusi**

### **3.3. Uraian Pekerjaan**

#### **3.3.1. Direktur**

- a. Mengurus masalah intern perusahaan serta mengatur jalannya operasional perusahaan
- b. Bertanggung jawab secara keseluruhan terhadap kegiatan di dalam maupun di luar perusahaan
- c. Stock Manager
- d. Meninjau dan mengawasi setiap pembelian bahan baku yang diperlukan untuk produksi serta mengecek bahan baku yang diperoleh dari supplier.

- 
- e. Mengatur dan mengawasi arus masuk keluar barang yang disimpan didalam gudang.
  - f. Memeriksa keadaan barang yang diterima dan yang akan dikirimkan dalam keadaan baik.
  - g. Menjaga keamanan barang yang disimpan dalam gudang terhadap kerusakan dan pencurian.
  - h. Mengatur sarana pengangkutan pengiriman barang ke pelanggan.
  - i. Membuat surat jalan pengiriman barang

### **3.3.2. Importer and Exporter Manager**

- a. Mencari produk dengan harga yang terjangkau serta kualitas yang sudah terjamin.
- b. Mengirim dan Menerima Produk dari luar negeri dan luar negeri.

### **3.3.3. Human Resource Manager**

- a. Mengatur Pembagian gaji setiap karyawan dalam perusahaan.

### **3.3.4. Accounting Manager**

- a. Bertanggung jawab atas penerimaan hasil penjualan setiap harinya.
- b. Mengkoordinir penerimaan pembayaran dari pembeli.
- c. Membuat kuitansi pembayaran.

- d. Membuat informasi atau laporan keuangan perusahaan kepada direktur.
- e. Membuat laporan harian penerimaan dan pengeluaran kas.
- f. Membuat faktur
- g. Menyusun dan menyajikan laporan pembelian dan hutang dagang, laporan realisasi pajak penghasilan dan laporan keuangan lainnya.

### **3.3.5. Installation Manager**

- a. Untuk memantau dan membantu pelanggan jika mengalami kesulitan dalam pemasangan *flooring*, *decking*, dan produk lainnya.

## **3.4. Prosedur Pemasaran Yang Berjalan**

Saat ini , CV. Ogua Distribusi memusatkan kegiatan pemasarannya melalui media telepon, *email*, iklan berupa penyebaran selebaran atau brosur, mengikuti kegiatan yang dilakukan oleh Mitra 10, dan melakukan kunjungan langsung (*face-to-face*) ke beberapa kota di Indonesia.

### **3.4.1. Analisa 7 Tahap pada CV. Ogua Distribusi**

#### **3.4.1.1. Tahap 1 : Membatasi Peluang Pasar**

- 1. Peluang yang ada sekarang
  - a. Meningkatnya kebutuhan akan produk lantai yang berkualitas

Pada saat ini pasar lebih menyukai lantai kayu daripada lantai keramik. Karena lantai kayu dapat diganti dan tidak permanen, sedangkan lantai yang terbuat dari keramik itu tidak dapat di ganti secara mudah seperti lantai kayu karena lantai keramik itu permanen. Lantai kayu dapat memberikan kehangatan kepada telapak kaki, berbeda dengan keramik yang lebih dingin. Selain itu juga lantai yang terbuat dari kayu lebih memiliki banyak corak yang dapat menarik perhatian konsumen.

b. Makin besarnya persaingan di pasar

Sekarang semakin banyak produsen yang bergerak di bidang lantai kayu di pasar lokal maupun internasional. Dengan berbagai macam *brand* yang menjadi tren di pasar lokal dan pasar internasional.

c. Pengguna internet yang semakin banyak

Seiring dengan perkembangan internet yang semakin hari semakin canggih, pengguna nya pun tidak kalah jumlahnya dikarenakan tidak ingin ketinggalan dalam hal teknologi. Tidak sedikit penjual yang sekarang juga memanfaatkan teknologi internet untuk melakukan usaha penjualan maupun pembelian. Internet pada saat ini sudah menjadi salah satu media utama dalam melakukan pemasaran produk. Para penjual melihat adanya peluang dari usaha

melalui bantuan internet karena orang-orang pada saat ini sudah mengenal istilah transaksi *online*.

## 2. Identifikasi Kebutuhan Konsumen yang Belum Terpenuhi

Sistem yang berjalan pada CV.Ogua Distribusi pada saat ini, masih ada hal-hal yang belum terpenuhi bagi pelanggan, yaitu:

a. Kurangnya kepercayaan atau keyakinan dari pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan, karena kurangnya pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan sehingga konsumen susah mendapatkan informasi dari produk yang ditawarkan. Pemasaran yang kurang mengakibatkan *brand name* di pasar menjadi kurang di kenal pelanggan.

b. Selain itu produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan hanya dapat diperoleh di Pulau Jawa saja.

## 3. Segmentasi Pasar

Selama ini yang menjadi prioritas utama dalam segmentasi pasar CV. Ogua Distribusi adalah mereka pecinta kayu alami lokal maupun *import* biasanya konsumen yang sudah berusia 30 tahun ke atas yang sudah memiliki rumah.

## 4. Mengidentifikasi Berbagai Sumber Daya yang Dimiliki oleh Perusahaan



**a. Memiliki Jaringan Distribusi yang luas**

CV. Ogua Distribusi sudah mendistribusikan produk mereka ke semua Mitra 10 yang ada di pulau Jawa. Mitra 10 merupakan salah satu took bahan bangunan yang terbesar yang ada di setiap kota.

**b. Memiliki Jaringan Langsung dari Petani Ijuk**

CV. Ogua Distribusi mempunyai jaringan langsung dengan petani ijuk, sehingga mereka mendapatkan harga yang lebih murah dalam memperoleh bahan ijuk.

**c. Memiliki SPG di Setiap Mitra 10**

Untuk memaksimalkan pemasaran, CV. Ogua Distribusi menempatkan *Sales Promotion Girl* mereka di Mitra 10.

**5. Menilai Peluang dari Segi Kompetitif, Teknologi, Potensi Keuangan**

CV. Ogua Distribusi memiliki beberapa kompetitor yang bergerak di bidang lantai kayu yaitu Armany Parquet, Rosewood, Armstrong dan Floordepot, dll. Di bidang Lem Sealant dan Semen CV. Ogua Distribusi bersaing dengan perusahaan semen MU, Tiga Roda, Semen Gresik dan Sealant AM.

Ditinjau dari segi teknologi, CV. Ogua Distribusi menggunakan email untuk dapat berkomunikasi dengan *supplier* dan *retailer* dalam pemesanan barang. Selain itu, CV. Ogua Distribusi juga memiliki situs web untuk mempermudah konsumen dalam mendapatkan informasi tentang produk yang mereka inginkan. Tetapi situs web yang mereka miliki saat ini masih membutuhkan banyak pengembangan agar situs web tersebut dapat bersifat interaktif antara pihak perusahaan dengan calon pelanggan atau konsumen.

## 6. Menyatakan *Go / Not Go*

### a. Kompetitif

CV. Ogua Distribusi memiliki beberapa pesaing yang bergerak dalam bidang sejenis. Armstrong merupakan salah satu pesaing yang menjual produk yang hampir serupa dengan CV. Ogua Distribusi tetapi mereka menjual produk mereka dengan harga dua kali lipat lebih mahal daripada CV. Ogua Distribusi. Rosewood adalah salah satu perusahaan yang berhasil disingkirkan oleh CV. Ogua Distribusi sebagai salah satu retailer di Mitra 10, karena ketersediaan produk yang harus di indent. CV. Ogua Distribusi tidak hanya menyediakan produk lantai kayu,

tetapi juga perlengkapan yang digunakan untuk pemasangan lantai kayu seperti lem kayu. **POSITIF**

b. Interaksi antar segment

Situs web yang dimiliki oleh CV.Ogua Distribusi memiliki *enquiry* yang dapat memberikan mereka jaringan langsung dengan petani ijuk yang berasal dari SRI LANKA. Dengan adanya *enquiry* mereka dapat berinteraksi. **POSITIF.**

c. Tingkat pertumbuhan perusahaan

Mitra 10 merupakan supermarket bahan bangunan yang pertumbuhannya tergolong cepat, karena mereka membuka cabang hampir setiap 3 bulan di wilayah Indonesia. CV.

Ogua Distribusi mendapatkan kesempatan untuk ikut berkembang ketika Mitra 10 membuka cabang baru hampir setiap 3 bulan. Karena CV. Ogua Distribusi merupakan distributor tetap dari Mitra 10. **POSITIF**

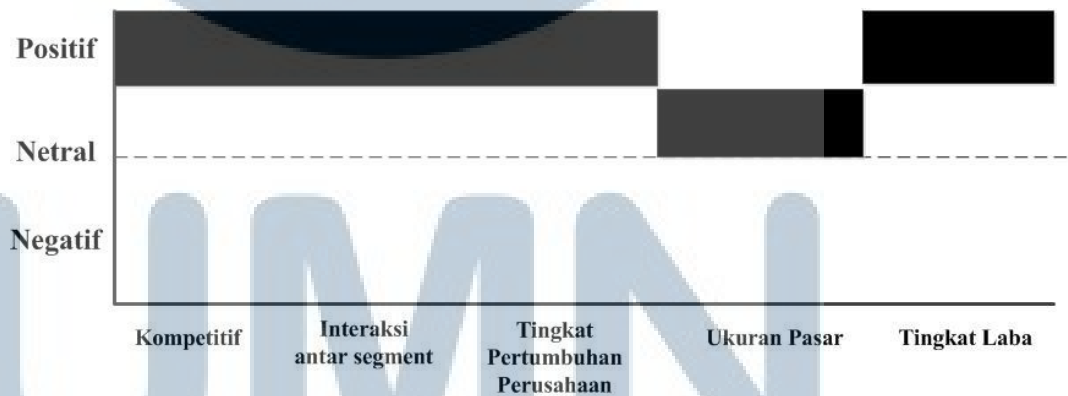
d. Ukuran pasar

CV. Ogua Distribusi memiliki pasar yang masih tergolong sederhana karena baru mencakup kota-kota besar di Pulau Jawa, seperti Jabodetabek, Surabaya, Semarang dan

Denpasar. Dengan penerapan aplikasi *Situs web* yang diharapkan dapat menambah jumlah pelanggan yang berasal dari daerah-daerah lainnya. **NETRAL**

**e. Tingkat laba**

Seiring dengan perkembangan Mitra 10 yang hampir setiap 3 bulan membuka cabang baru di wilayah Indonesia, CV. Ogua Distribusi juga ikut berkembang dan perkembangan tersebut membawa dampak pada tingkat laba yang dihasilkan. **POSITIF**



**Gambar 3.2 Penilaian peluang CV. Ogua Distribusi Secara**

**Keseluruhan**

Setelah melakukan analisis pada langkah satu sampai dengan langkah lima dan melihat peluang CV. Ogua Distribusi yang

dirangkum pada gambar diatas, penulis menyatakan *Go* pada CV.

Ogua Distribusi.

### 3.4.1.2. Tahap 2 : Perumusan Strategi Perusahaan

#### 1. Visi Perusahaan

Menjadi distributor terkemuka mulai dari kayu, bahan bangunan dan jasa profesional untuk industri bangunan di seluruh Indonesia.

#### 2. Misi Perusahaan

Untuk mencapai visi yang telah ditetapkan di atas, maka CV. Ogua Distribusi memiliki misi, yaitu:

- Untuk dapat memberikan kualitas terbaik dalam industri bahan bangunan.
- Untuk mengembangkan desain modern dengan memenuhi kebutuhan dan ekspetasi pelanggan.

#### 3. Strategi Perusahaan

##### a. Skill

CV. Ogua Distribusi memiliki tenaga ahli yang berpengetahuan luas tentang kayu, mulai dari teknik pelembapan kayu jenis jati, bangkirai, merbau, acacia, dan keruing sampai dengan mengatasi permasalahan di

bidang tersebut. Selain itu mereka memiliki tenaga ahli yang mampu mengolah bahan mentah pohon aren menjadi tali dan penyapu.

b. Satisfaction

Untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap CV. Ogua Distribusi mereka menyediakan jasa pemasangan dengan menggunakan lem Bostik yang memiliki kualitas tinggi. Selain itu juga mereka menyediakan ijuk dengan berbagai jenis ukuran sesuai dengan permintaan konsumen.

c. Solution

Memberikan nilai lebih kepada pelanggan untuk meningkatkan produktifitas, efisiensi dan keuntungan kompetitif.

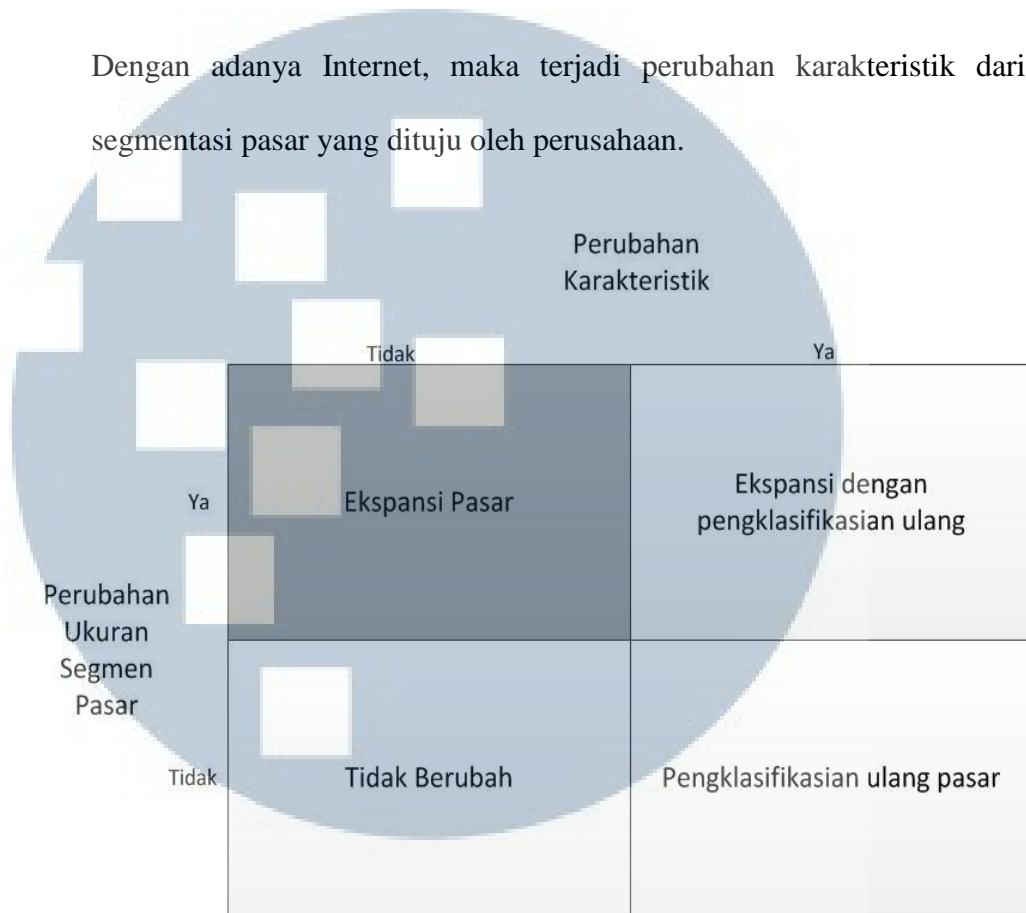
4. Strategi Pemasaran

a. Segmentasi

Mengidentifikasi segmen pasar yang konsisten dengan kebutuhan yang spesifik. Berdasarkan analisis pada tahap pertama, segmentasi pasar dari

CV. Ogua Distribusi adalah mereka yang termasuk pecinta kayu alami lokal maupun import, dan mereka yang sudah berusia 30 tahun ke atas yang sudah memiliki rumah pribadi.

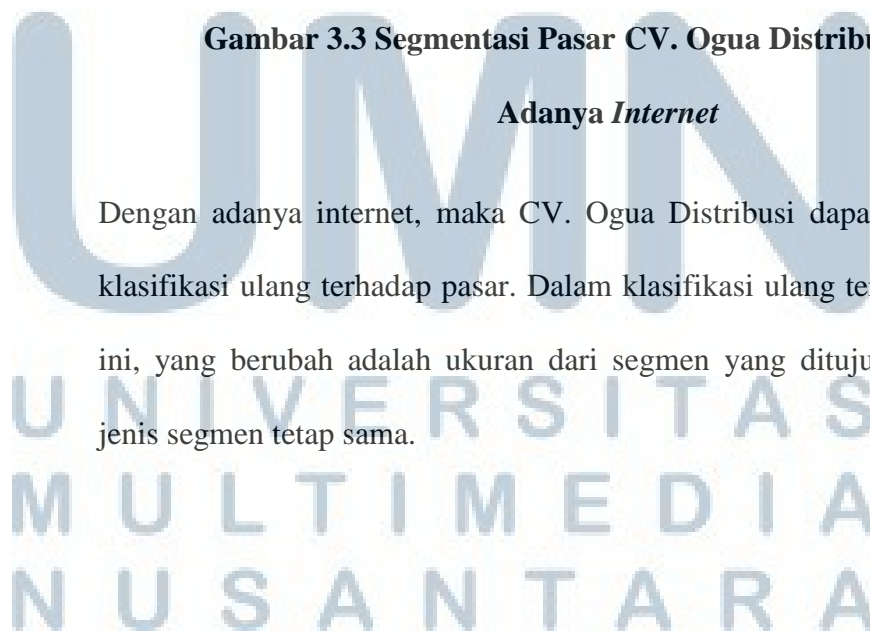
Dengan adanya Internet, maka terjadi perubahan karakteristik dari segmentasi pasar yang dituju oleh perusahaan.



**Gambar 3.3 Segmentasi Pasar CV. Ogua Distribusi dengan Adanya Internet**

Dengan adanya internet, maka CV. Ogua Distribusi dapat melakukan klasifikasi ulang terhadap pasar. Dalam klasifikasi ulang terhadap pasar

ini, yang berubah adalah ukuran dari segmen yang dituju, sedangkan jenis segmen tetap sama.



b. Targetting

Dengan adanya situs web pada CV. Ogua Distribusi akan terjadi perubahan ukuran segmentasi pasar dari yang sudah ada saat ini, tetapi tidak terjadi perubahan konsumen apabila dilihat dari karakteristik konsumennya. CV. Ogua Distribusi dapat menambah target berupa pecinta kayu alami lokal maupun import yang berada di luar Pulau Jawa.

c. Positioning

Dengan adanya situs web, CV. Ogua Distribusi memposisikan diri sebagai perusahaan distributor lantai kayu dan ijuk yang memiliki variasi produk yang berkualitas tinggi dan mengutamakan kualitas pelayanan pelanggan yang optimal. Dengan adanya internet, segmen pasar yang dituju tidak berubah, namun ukurannya bertambah, karena ekspansi pasar ke luar Pulau Jawa.







**Gambar 3.4 Posisi Pasar CV. Ogua Distribusi dengan Adanya *Internet***

### 3.4.1.3. Tahap 3 : Perancangan Pengalaman Pelanggan

#### 1. Functionality

Semua fitur yang disediakan di situs web CV. Ogua Distribusi diharapkan dapat berjalan dengan benar. Fitur-fitur yang dilihat fungsionalitas nya meliputi kegunaan dan kemudahan dalam navigasi situs web, kecepatan akses, kehandalan, kemampuan situs web untuk di akses pada platform yang berbeda.

#### 2. Intimacy

Dalam situs web CV. Ogua Distribusi diharapkan terdapat fitur-fitur seperti kemudahan dalam berkomunikasi antara pelanggan dengan penjual, konsistensi kinerja, membangun kepercayaan antara

pelanggan dengan penjual, dan memberikan nilai tambah bagi user atau pelanggan yang mengunjungi situs web CV. Ogua Distribusi.

### 3. Evangelism

Setelah semua fitur-fitur yang telah didapatkan oleh pelanggan dari situs web CV. Ogua Distribusi, pelanggan dapat memberikan *feedback* tentang pengalaman mereka saat mengunjungi situs web, kemudahan akses situs web, berkomunikasi dengan penjual, dan fitur-fitur lainnya kepada penjual melalui email. Dan dari pihak perusahaan, *feedback* yang diberikan oleh pelanggan melalui email itu dapat menjadi acuan untuk mereka untuk tetap berkembang. Selain itu mereka juga dapat membagikan pengalaman mereka itu kepada orang lain di sekitar mereka.

	Pengalaman yang diharapkan pelanggan	Apa yang diberikan oleh perusahaan
Functionality	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan dalam penggunaan situs web</li> <li>• Kemudahan dalam navigasi</li> <li>• Informasi yang <i>up to date</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desain dan tampilan web yang sederhana</li> <li>• Navigasi yang konsisten letaknya</li> <li>• <i>Update</i> data secara berkala</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informasi Produk yang jelas</li> <li>• Informasi kontak perusahaan yang jelas.</li> <li>• Waktu <i>loading</i> yang cepat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat <i>Product Detail</i> (Nama, Ukuran, Warna, dll)</li> <li>• Terdapat informasi kontak dan alamat perusahaan di setiap menu nya yang terletak di paling bawah</li> <li>• Pembatasan penggunaan media yang dapat mempengaruhi kecepatan akses dari situs web.</li> </ul>
Intimacy	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikasi yang efektif antara pelanggan dengan pembeli</li> <li>• Informasi terbaru dari perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat fitur <i>chatting</i> pada halaman utama</li> <li>• Terdapat fitur <i>Newsletter</i></li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pelayanan yang lebih baik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memberikan nilai tambah kepada pelanggan</li> </ul>
Evangelism	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan pelanggan dalam memberikan respon atau ide-ide kepada penjual</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat Menu <i>Contact Us</i></li> </ul>

**Tabel 3.1 Perancangan Pengalaman Pelanggan**

Berikut penjelasan dari tabel di atas :

- a. Kemudahan dalam penggunaan situs web. Untuk memenuhi hal ini, tampilan dan desain web dibuat sederhana dalam arti mudah digunakan oleh siapa saja. Konten yang terdapat dalam situs web tercantum dengan jelas.
- b. Kemudahan dalam navigasi. Navigasi seperti *Home*, *Products*, *Contact Us*, *About Us* terletak di sisi kanan atas pada setiap menu. Sehingga pelanggan atau pengguna situs web mendapatkan kemudahan dalam menggunakan navigasi situs dari menu satu ke menu lainnya.
- c. Informasi Produk yang jelas. Pada menu *Products* selalu terdapat detail atau keterangan dari gambar produk yang ada. Selain itu

terdapat juga informasi tambahan dari perusahaan berupa keuntungan dari penggunaan produk tersebut.

d. Komunikasi yang efektif antara pelanggan dengan penjual. Untuk memudahkan pelanggan dapat langsung berkomunikasi dengan penjual, disediakan fitur *chatting* agar pelanggan dapat bertanya seputar produk secara langsung / *real-time*.

e. Informasi terbaru dari perusahaan. Terdapat fitur *newsletter* yang berupa *RSS Feed* yang membantu untuk memberikan informasi terbaru kepada pelanggan pada saat mereka *subscribe* atau mereka memberikan informasi mereka di menu *Contact us*. Sehingga apabila terdapat informasi terbaru, admin dari sisi penjual akan memberikan informasi tersebut melalui *email* yang terdaftar.

f. Pelayanan yang lebih baik. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik, di situs web terdapat fitur *our service list*, seperti yang disebutkan sebelumnya CV. Ogua Distribusi menyediakan jasa pemasangan dengan menggunakan lem Bostik yang berkualitas tinggi.

g. Kemudahan pelanggan dalam memberikan respon atau ide-ide. Pelanggan dapat memberikan ide atau tanggapan serta respon tentang situs web atau produk kepada pihak perusahaan melalui menu *Contact Us*.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA