

BAB V

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Sebelum masuk kedalam proses pemodelan arsitektur *enterprise*, perlu dilakukan identifikasi terhadap proses bisnis yang sedang berjalan saat ini, khususnya proses bisnis yang terkait dengan target arsitektur yang ingin dikembangkan. Tahap awal ini adalah melakukan proses pengenalan obyek penelitian yaitu tentang profil dan proses bisnis PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta.

5.1 Inisiasi Perencanaan

PT. Sumber Buana Motor merupakan salah satu anak perusahaan Sumber Buana Group yang bergerak dibidang jasa penjualan atau penyediaan transportasi yang berupa sepeda motor bermerk Kawasaki. PT. Sumber Buana Motor berlokasi di jalan Magelang, D.I Yogyakarta sebagai kantor utama yang didirikan pada tahun 2005 oleh Hendra Kurniawan. Perusahaan ini memiliki 1 kantor utama, 6 kantor cabang dan 6 *sub dealer*.

5.1.1 Visi Organisasi

1. Dikenal sebagai salah satu dealer otomotif yang terbaik dalam bidang manajemen, memastikan diri mampu mencapai kemajuan dan laba yang berimbang serta mampu memberikan kepuasan total kepada para pelanggan.

2. Bersama dengan segenap mitra bisnis, menciptakan semangat sinergis bagi kerjasama yang saling menguntungkan.

5.1.2 Misi Organisasi

“Menjadi dealer otomotif terbaik, dengan memberikan *value* tertinggi dan kepuasan total kepada pelanggan”

5.1.3 Tujuan Organisasi

1. Menguasai 3% pangsa pasar otomotif di propinsi D.I Yogyakarta pada tahun 2015-2020
2. Meningkatkan penjualan sebanyak 50 unit per bulan untuk masing-masing cabang dan 30 unit per bulan untuk masing-masing *sub dealer*

5.2 Pemodelan Fungsi Bisnis Utama dan Teknologi Saat Ini

5.2.1 Pemodelan Fungsi Bisnis Utama

Pemodelan bisnis merupakan hal yang sangat penting dalam pembangunan arsitektur *enterprise*. Model bisnis merupakan proses untuk mendefinisikan bisnis. Manfaat model bisnis adalah menyediakan pengetahuan mengenai bisnis *enterprise* secara konsisten, komprehensif, dan lengkap sehingga dapat digunakan untuk mendefinisikan arsitektur-arsitektur dan rencana implementasi. Dalam pemodelan awal bisnis di Departemen *Marketing* PT. Sumber Buana Motor akan digunakan

Porter's Value Chain untuk mengetahui area fungsional utama dan pendukung dalam organisasi. *Porter's Value Chain* adalah model yang digunakan untuk menganalisa aktifitas khusus yang dapat membantu organisasi mendapat nilai tambah dan keunggulan kompetitif. Tujuan utama *Value Chain* adalah untuk mendapatkan nilai tambah yang melebihi biaya investasi produk atau layanan, sehingga menghasilkan margin keuntungan. *Value Chain* memiliki 5 aktifitas utama dan 4 aktifitas pendukung yaitu :

Aktifitas utama :

1. *Inbound Logistics* : meliputi pemasukan organisasi, pergudangan, dan pengendalian persediaan bahan baku
2. *Operations* : meliputi kegiatan pengolahan, operasional atau produksi yang mengubah *input* menjadi produk akhir
3. *Outbound Logistics* : meliputi kegiatan pendistribusian, pemenuhan pesanan pelanggan, dan penyimpanan produk
4. *Marketing & Sales* : meliputi kegiatan penjualan produk, penentuan pasar, promosi
5. *Service Activities* : meliputi kegiatan pemeliharaan dan peningkatan nilai produk seperti penambahan dan penjualan aksesoris, layanan purna jual, jasa instalasi atau perbaikan

Aktifitas pendukung :

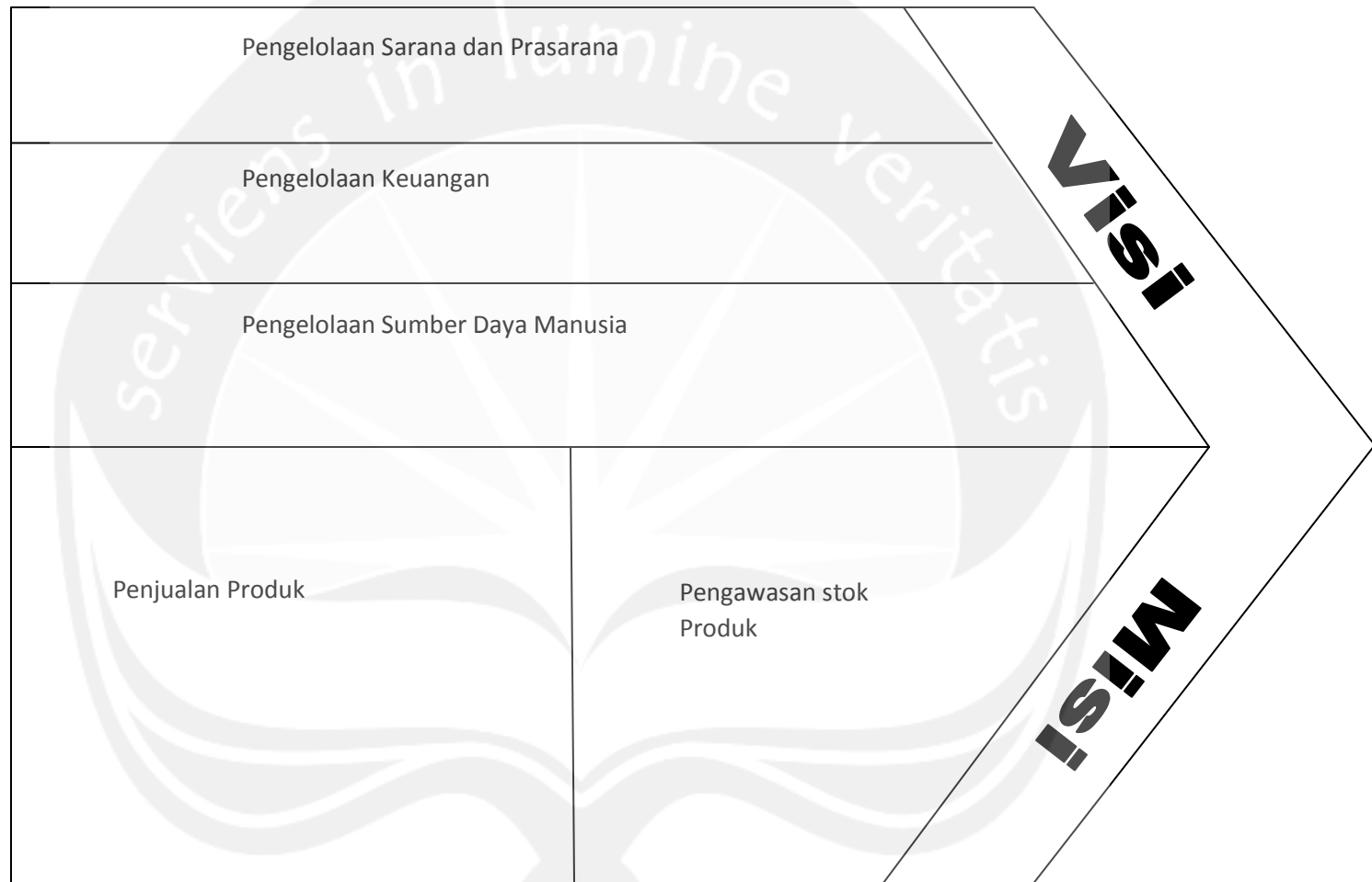
1. *Procurement* : meliputi pembelian atau pengadaan bahan baku

2. *Technology Development* : meliputi penelitian dan pengembangan teknologi untuk meningkatkan nilai dan kualitas produk seperti desain produk, peralatan pemrosesan, pendukung rantai pasokan
3. *Human Resource Management* : meliputi pengelolaan sumber daya manusia seperti perekrutan dan pelatihan karyawan
4. *Firm Infrastructure* : meliputi kegiatan manajerial dan administrasi umum, perencanaan, keuangan, legalitas bisnis (Hemmatfar, 2010).

Berikut adalah model rantai nilai untuk menggambarkan area fungsional utama dan pendukung yang ada di PT. Sumber Buana Motor :

1. *Primary activities* (aktivitas utama), terdiri atas :
 - a. Penjualan produk
 - b. Pengawasan stok produk

2. *Support activities* (aktivitas pendukung), terdiri atas :
 - a. Pengelolaan sarana dan prasarana.
 - b. Pengelolaan keuangan
 - c. Pengelolaan sumber daya manusia



Gambar 5.1 *Value Chain* Departemen *Marketing* PT. Sumber Buana Motor

5.2.2 Penggunaan Teknologi Saat Ini

Berdasarkan hasil pengamatan langsung yang sudah dilakukan terkait kondisi sistem dan teknologi saat ini adalah sebagai berikut :

Tabel 5.1 Penggunaan teknologi saat ini

| | <i>Sales Prospect System</i> | <i>Stock Unit Information System</i> | <i>Inquiry System</i> |
|--------------|---|--|--|
| Kategori | Proses penjualan motor dan pengelolaan data pelanggan | Proses pengelolaan stok barang | Proses evaluasi kinerja tim penjualan |
| Deskripsi | Digunakan untuk mengelola data-data penjualan motor dan data-data pelanggan | Digunakan untuk mengelola stok barang, jadwal keluar masuknya barang, pemesanan produk | Digunakan untuk mengevaluasi kinerja tim penjualan, penghitungan bonus |
| Role | <i>Sales</i> | <i>Sales, Distribution & Warehouse</i> | <i>Area Control dan Staf Promosi</i> |
| Implementasi | 2014 | 2014 | 2014 |

| Pengembang | Divisi IT | Divisi IT | Divisi IT |
|-------------------------|--|--|---|
| Perangkat Lunak | Microsoft Excel | Microsoft Excel | Microsoft Excel |
| Kondisi yang diharapkan | Diharapkan bisa terintegrasi dengan <i>Stock Unit Information System</i> , karena penting untuk mengetahui stok barang saat proses penjualan | Diharapkan bisa terintegrasi dengan <i>Sales Prospect System</i> sebagai evaluasi dan pelaporan stok, sebagai bahan pertimbangan pemesanan kendaraan, <i>spare part</i> atau aksesoris | Diharapkan bisa terintegrasi dengan sistem informasi kepegawaian yang harusnya dikembangkan oleh divisi <i>Human Resource</i> sebagai bahan evaluasi kinerja dan prestasi pegawai |

5.3 Pemodelan Arsitektur *Enterprise* Dengan Kerangka Zachman

Berikut ini adalah uraian matriks arsitektur pada kerangka Zachman yang diimplementasikan di PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta :

Tabel 5.2 Matriks Arsitektur *Enterprise Zachman*

| | <i>Data</i> (<i>What</i>) | <i>Function</i> (<i>How</i>) | <i>Where</i> (<i>Network</i>) | <i>Who</i> (<i>People</i>) | <i>When</i> (<i>Time</i>) | <i>Why</i> (<i>Motivation</i>) |
|-------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|
| <i>Scope</i> | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | ✓ |
| <i>Enterprise Model</i> | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ | | |
| <i>System Model</i> | ✓ | ✓ | ✓ | | | |
| <i>Technology Model</i> | ✓ | ✓ | | | | |
| <i>Detail Representations</i> | | | | | | |
| <i>Functioning Enterprise</i> | | | | | | |

5.3.1 Kolom *What*

Kolom ini membahas mengenai data yang ada di PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. Pada kolom *What*, bagian yang akan diuraikan adalah *Scope*, *Enterprise Model*, *System Model*, dan *Technology Model*.

- a. *Scope* : daftar entitas penting yang memiliki peranan di PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta, yaitu :

1. *User*
2. *Transaksi*
3. *Produk*
4. *Detail Produk*
5. *Stock*

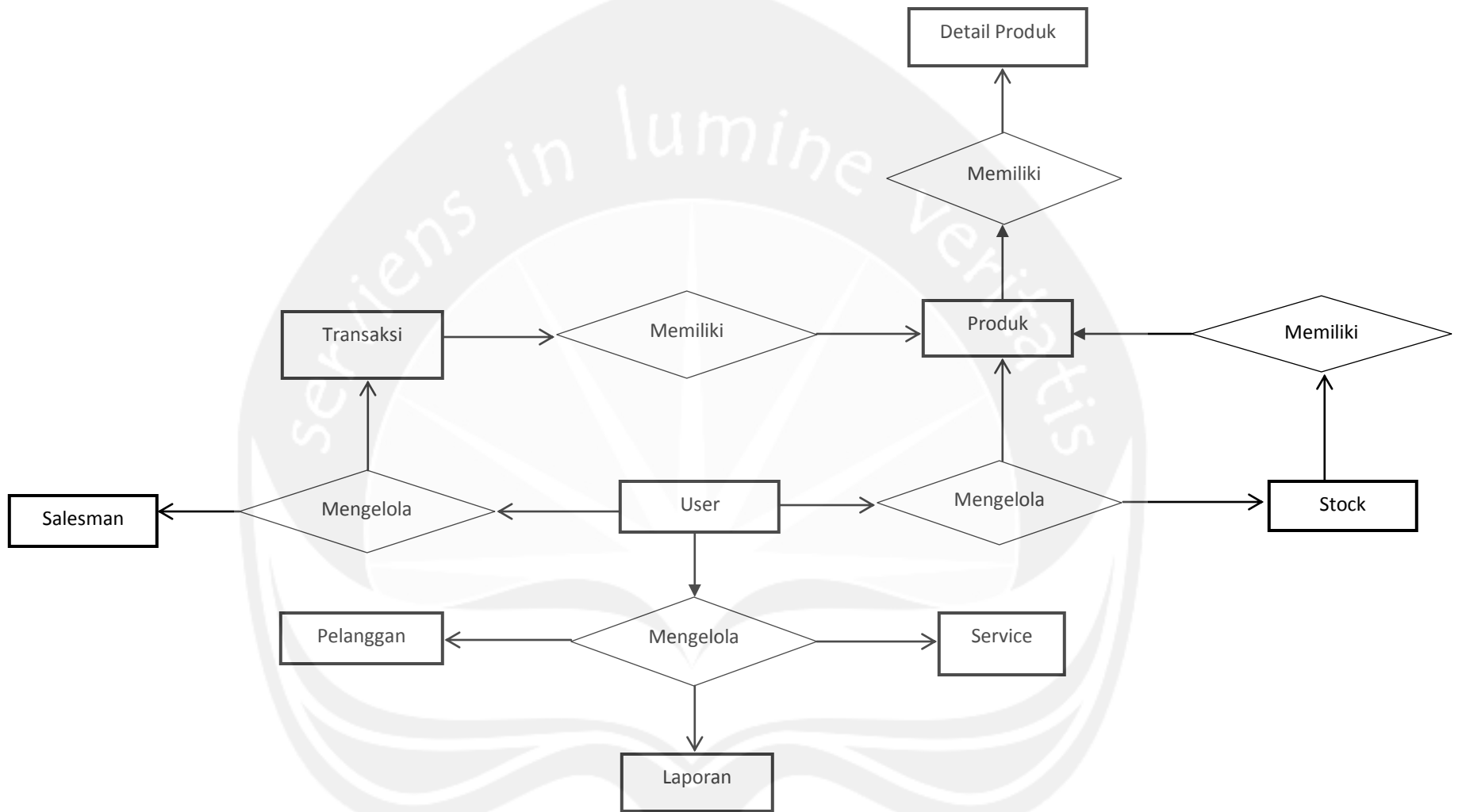
6. Laporan

7. Pelanggan

8. *Service*

9. *Salesman*

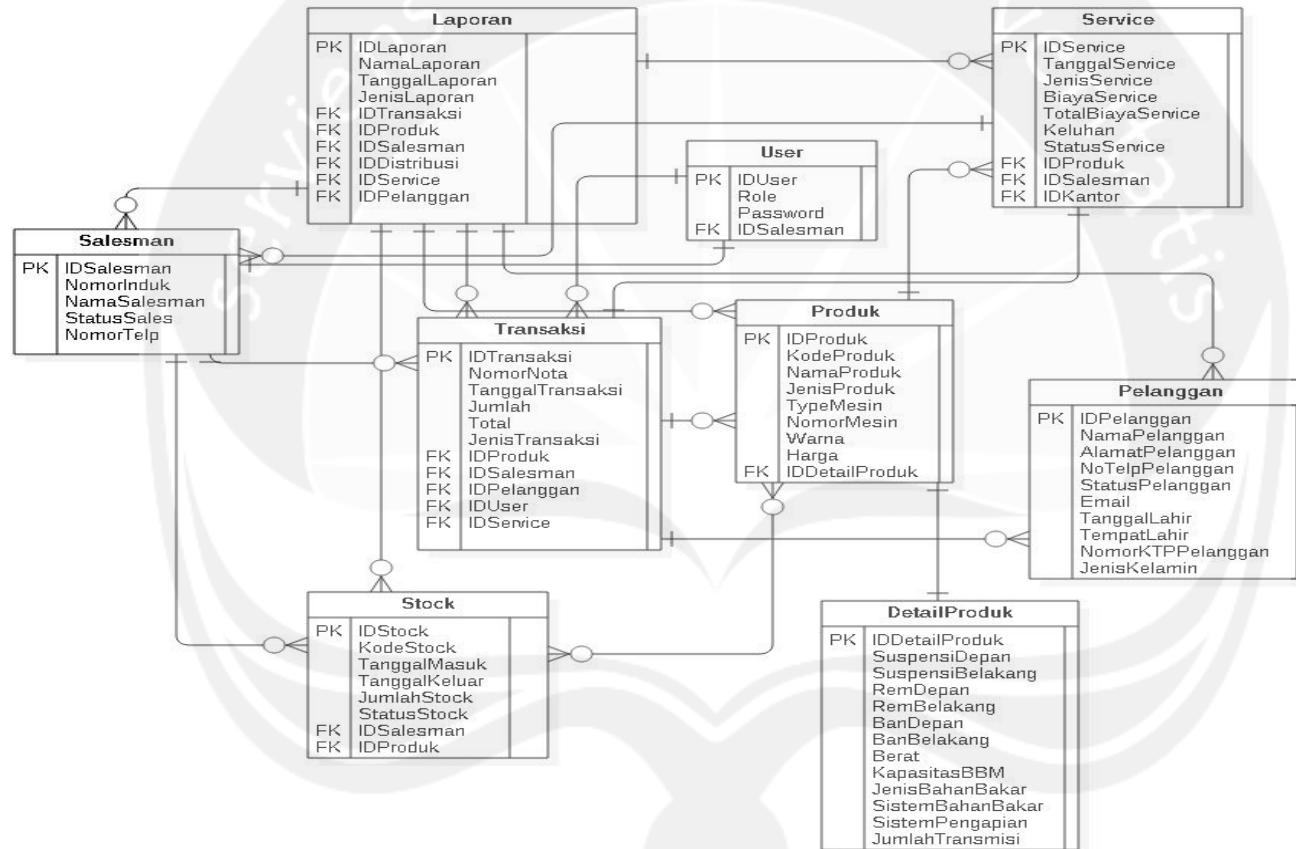
- b. *Enterprise Model* : merupakan model untuk menggambarkan hubungan antar data dalam basis data dimana relasi antara objek dasar tidak dinyatakan dengan simbol tetapi menggunakan kata-kata (*Semantic*). Berikut adalah *Semantic Model*nya :



Gambar 5.2 *Semantic Model*

Pada model diatas, memiliki 9 entitas yang meliputi entitas Transaksi, entitas Produk, entitas *User*, entitas Detail Produk, entitas *Salesman*, entitas *Service*, entitas Laporan, entitas *Stock*, dan entitas Pelanggan. Entitas Transaksi merupakan data utama penyimpanan transaksi yang digunakan untuk mengelola dan menyimpan data utama transaksi saat dibutuhkan. Entitas Produk adalah data utama produk yang berisi identitas sebagai pengenal suatu produk. Entitas ini memiliki relasi dengan entitas Transaksi, yang digunakan sebagai bagian dari pencatatan transaksi. Entitas *User* adalah data untuk menyimpan identitas pengguna sistem informasi ini. Setiap orang yang berhak memiliki akses ke dalam sistem, akan disimpan datanya di entitas ini. Entitas Detail Produk merupakan data yang menyimpan spesifikasi produk dan memiliki relasi dengan entitas Produk. Entitas *Salesman* adalah data yang menyimpan data para petugas salesman di *counter* atau *outlet* penjualan dan memiliki relasi dengan entitas Transaksi sebagai bagian dari pencatatan transaksi. Entitas *Service* merupakan data yang menyimpan identitas pelayanan *service* dan memiliki relasi dengan transaksi sebagai transaksi untuk pelayanan *service*. Entitas Laporan merupakan data yang menyimpan atribut-atribut yang dikumpulkan dari entitas Transaksi, entitas Produk, dan entitas *Stock*. Entitas Pelanggan adalah data yang menyimpan atribut-atribut sebagai identitas pelanggan. Gambaran detail dari relasi-relasi ini dapat dilihat pada *Entity Relationship Diagram* dibawah ini.

c. *System Model* : model yang menggambarkan hubungan antar entitas data dari sistem (entitas, atribut dan relasinya), digambarkan dalam bentuk *Entity Relationship Diagram*. Berikut *Entity Relationship Diagram* yang akan digunakan :



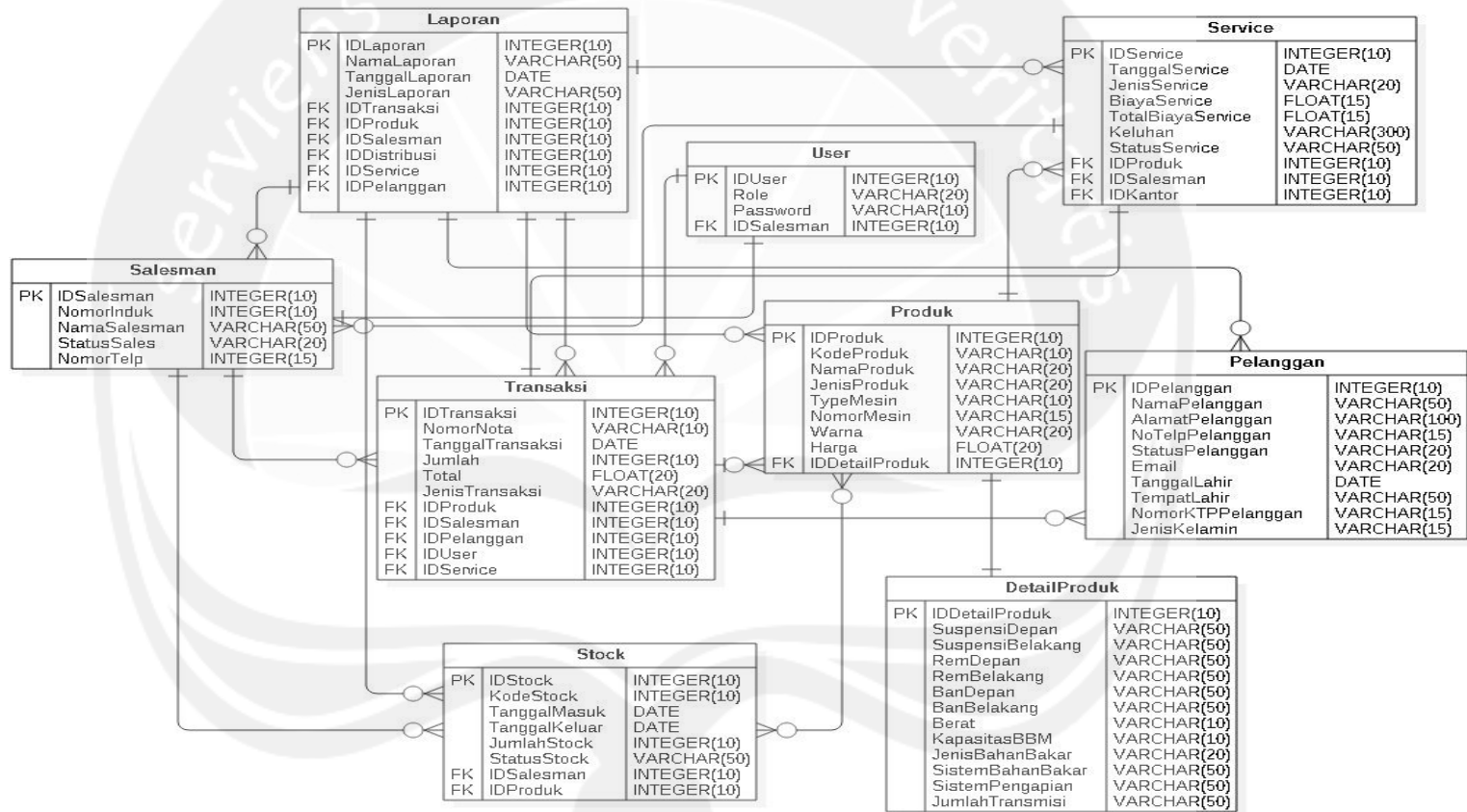
Gambar 5.3 Entity Relationship Diagram

Pada model diatas, menggambarkan hubungan setiap entitas yang meliputi entitas Transaksi, entitas Produk, entitas *User*, entitas Detail Produk, entitas *Salesman*, entitas *Service*, entitas Laporan, entitas *Stock*, dan entitas Pelanggan. Entitas Transaksi merupakan data utama penyimpanan transaksi yang digunakan untuk mengelola dan menyimpan data utama transaksi saat dibutuhkan, memiliki *Primary Key* IDTransaksi sebagai identitas utama didalam sistem dan memiliki relasi ke entitas lainnya melalui *Foreign Key* IDProduk, IDSalesman, IDPelanggan, IDUser, dan IDService. Entitas Produk adalah data utama produk yang berisi identitas sebagai pengenalan suatu produk, memiliki *Primary Key* IDProduk sebagai identitas utama didalam sistem dan memiliki relasi ke entitas lainnya melalui *Foreign Key* IDDetailProduk. Entitas ini memiliki relasi dengan entitas Transaksi, yang digunakan sebagai bagian dari pencatatan transaksi dan entitas DetailProduk. Entitas *User* adalah data untuk menyimpan identitas pengguna sistem informasi ini. Setiap orang yang berhak memiliki akses ke dalam sistem, akan disimpan datanya di entitas ini. Memiliki *Primary Key* IDUser sebagai identitas utama didalam sistem dan memiliki relasi ke entitas lainnya melalui *Foreign Key* IDSalesman. Entitas Detail Produk merupakan data yang menyimpan spesifikasi produk dan memiliki relasi dengan entitas Produk. Memiliki *Primary Key* IDDetailProduk sebagai identitas utama didalam sistem. Entitas *Salesman* adalah data yang menyimpan data para petugas salesman di *counter* atau *outlet* penjualan dan memiliki relasi dengan entitas Transaksi sebagai bagian dari pencatatan transaksi. Memiliki *Primary Key* IDSalesman sebagai identitas utama didalam sistem. Entitas *Service* merupakan data yang menyimpan identitas pelayanan *service* dan memiliki relasi dengan transaksi sebagai transaksi untuk pelayanan *service*. memiliki *Primary Key* IDService sebagai identitas utama didalam sistem dan memiliki relasi ke entitas lainnya melalui *Foreign Key* IDProduk, IDSalesman, dan IDKantor. Entitas Laporan merupakan data yang menyimpan atribut-atribut yang dikumpulkan dari entitas Transaksi, entitas Produk, dan entitas *Stock*. Memiliki *Primary Key* IDLaporan sebagai identitas utama didalam sistem dan memiliki relasi ke entitas lainnya melalui *Foreign Key*

IDTransaksi, IDProduk, IDSalesman, IDStock, IDPelanggan, dan IDService. Entitas Pelanggan adalah data yang menyimpan atribut-atribut sebagai identitas pelanggan dan memiliki *Primary Key* IDPelanggan. Entitas *Stock* adalah data untuk menyimpan ketersediaan produk di gudang penyimpanan. Memiliki *Primary Key* IDStock sebagai identitas utama didalam sistem dan memiliki relasi ke entitas lainnya melalui *Foreign Key* IDSalesman dan IDProduk.



d. *Technology Model* : menggambarkan bentuk model data fisik dari sistem (entitas, atribut, tipe data dan relasinya), digambarkan dalam bentuk *Physical Data Model*. Berikut *Physical Data Model* yang akan digunakan :



Gambar 5.4 *Physical Data Model*

Pada model diatas, tidak hanya menggambarkan hubungan setiap entitas saja tapi juga tipe data dan panjang data setiap atribut dalam masing-masing entitas.

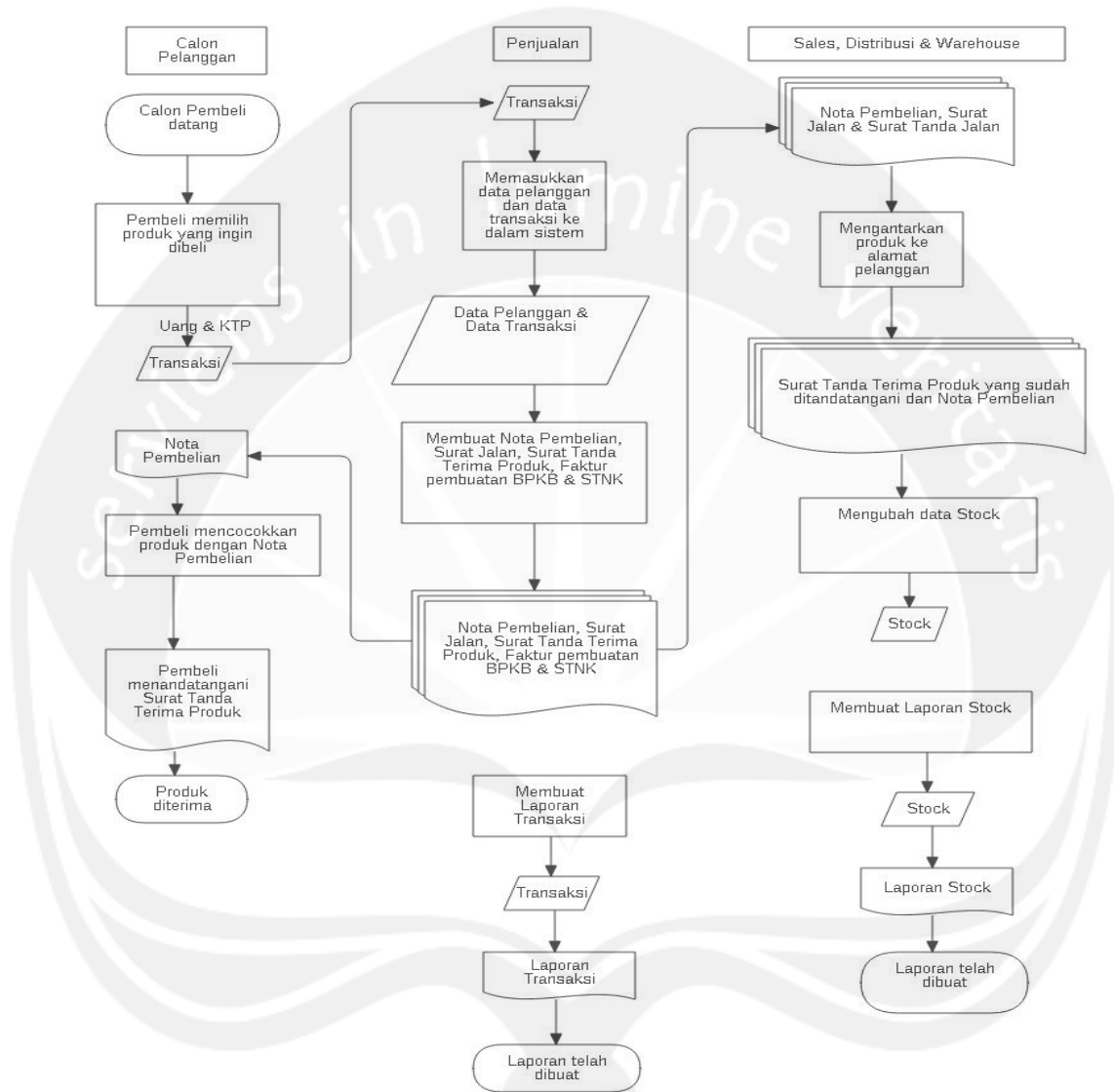
5.3.2 Kolom *How*

Kolom ini membahas mengenai proses-proses yang terjadi di PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. Pada kolom *How*, bagian yang akan diuraikan adalah *Scope*, *Enterprise Model*, dan *System Model* dan *Technology Model*.

a. *Scope* : Berisi daftar proses bisnis utama, yaitu :

1. Penjualan Produk
2. Pengawasan Stok Produk

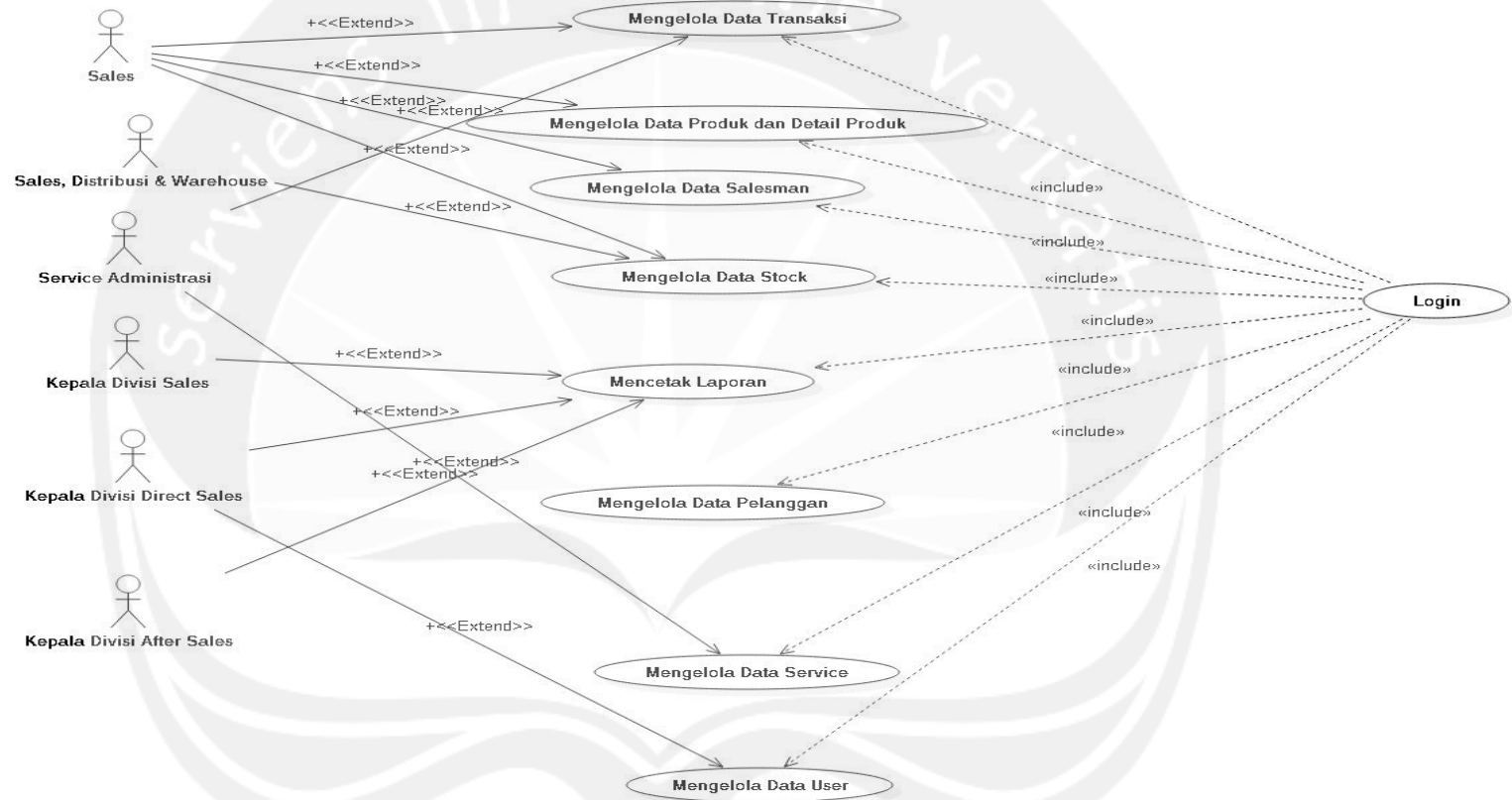
b. *Enterprise Model* : model yang menggambarkan model bisnis yang digunakan, digambarkan dalam *Flowchart* seperti berikut :



Gambar 5.5 Flowchart Departemen Marketing PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta

Model diatas menggambarkan proses bisnis utama yang berlangsung di Departemen *Marketing* PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta yaitu proses penjualan dan pengawasan produk. Proses ini bermula ketika calon pembeli datang ke *counter* atau *outlet* penjualan, kemudian salah satu karyawan *sales counter* akan menemani dan memberikan penjelasan produk yang dijual. Saat pembeli setuju untuk membeli, maka akan diarahkan ke kasir lalu pembeli menyerahkan uang dan KTP sebagai identitas pembeli. Kemudian *sales counter* akan memasukkan data transaksi dan data pelanggan ke dalam sistem, lalu mencetak Nota Pembelian, Surat Jalan, Surat Tanda Terima Produk dan Faktur Pembuatan BPKB dan STNK. Nota Pembelian yang sudah dicetak, diserahkan kepada pembeli untuk mengkonfirmasi kebenaran data transaksi. Setelah proses transaksi ini selesai, maka karyawan yang bertugas mengawasi stok akan mengeluarkan produk yang dibeli berdasarkan keterangan Surat Jalan dan Surat Tanda Terima Produk. Kemudian produk diantar ke alamat pembeli dan pembeli menandatangani Surat Tanda Terima Produk. Surat Tanda Terima Produk ini menjadi bukti perubahan stok barang di dalam sistem. Karyawan yang bertugas mengawasi stok akan mengubah jumlah stok di gudang melalui sistem setelah kembali dari mengantarkan produk yang dibeli.

- c. *System Model* : model yang menggambarkan interaksi pengguna dan aplikasi, digambarkan dalam bentuk *Use Case Diagram* seperti berikut :



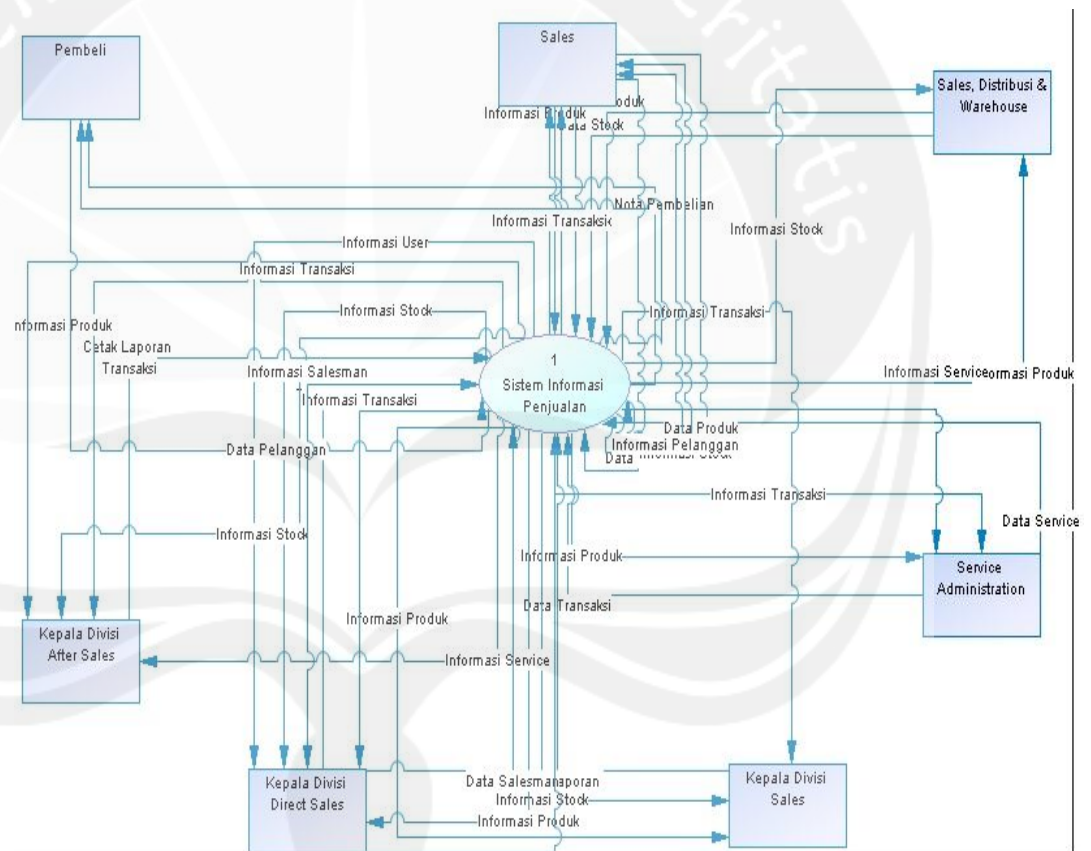
Gambar 5.6 *Use Case Diagram*

Model diatas menunjukkan hubungan antara pengguna sistem dan fungsi sistem yang digunakan. Ada 6 pengguna sistem yang akan memiliki akses ke dalam sistem dan berikut keterangannya :

1. Sales memiliki hak akses untuk mengelola data transaksi, mengelola data produk dan detailnya, mengelola data *salesman* dan mengelola data stok.
2. *Sales, Distribusi & Warehouse* memiliki hak akses untuk mengelola data stok.
3. *Service Administration* memiliki hak akses untuk mengelola data *service*.
4. Kepala Divisi *Sales* memiliki hak akses untuk mencetak laporan transaksi.
5. Kepala Divisi *Direct Sales* memiliki hak akses untuk mencetak laporan transaksi dan mengelola data pengguna(*User*) yang memiliki akses ke sistem.
6. Kepala Divisi *After Sales* memiliki hak akses untuk mencetak laporan transaksi.

d. *Technology Model* : model yang menggambarkan proses *input* dan *output* data, digambarkan dalam *Data Flow Diagram* yang terbagi dalam beberapa aplikasi berikut :

1. *Diagram Context* memberikan gambaran umum proses pertukaran data yang terjadi didalam sistem dan berikut modelnya :



Gambar 5.7 *Diagram Context*

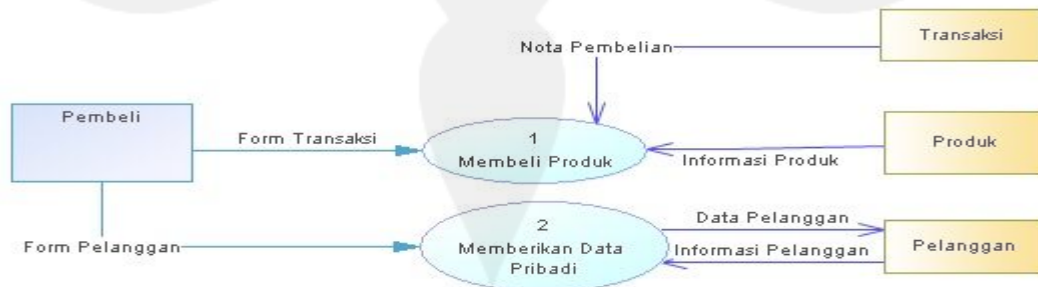
Model diatas merupakan gambaran umum mengenai proses pertukaran data dan perubahan data yang terjadi didalam sistem informasi penjualan ini, berikut keterangannya :

1. Pembeli memberikan data identitas dirinya kedalam sistem dan berhak menerima informasi mengenai produk, transaksi yang berlangsung dan Nota Pembelian.
2. *Sales* mengelola data transaksi, data produk, data stok dan data pelanggan kedalam sistem dan memiliki hak akses untuk menampilkan informasi transaksi, informasi data, informasi stok dan informasi pelanggan.
3. *Sales, Distribusi & Warehouse* mengelola data stok dan data mengakses data produk, yang kemudian akan menerima informasi data produk dan data stok.
4. *Service Administration* mengelola data transaksi dan data *service*, yang kemudian akan menerima informasi data produk, data *service*, dan data transaksi.
5. Kepala Divisi *Sales* dapat melakukan cetak laporan transaksi dan menerima informasi transaksi, informasi produk dan informasi stok.

6. Kepala Divisi *Direct Sales* dapat melakukan cetak laporan transaksi, mengelola data pengguna (*User*) termasuk data *Salesman* dan menerima informasi transaksi, informasi produk, informasi *User* dan informasi stok.

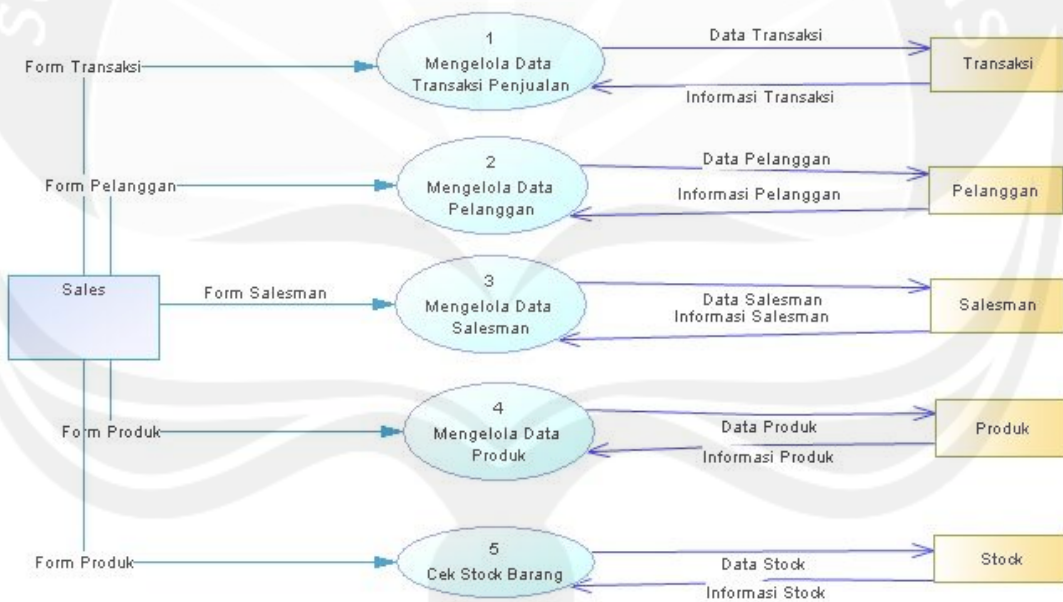
7. Kepala Divisi *After Sales* dapat melakukan cetak laporan transaksi dan menerima informasi transaksi, informasi produk, informasi *service* dan informasi stok.

2. *Data Flow Diagram* adalah suatu diagram yang menggunakan notasi-notasi untuk menggambarkan arus dari data sistem, yang penggunaannya sangat membantu untuk memahami sistem secara logika, tersruktur dan jelas. Gambar dibawah ini adalah *Data Flow Diagram Level 1* yang menggambarkan arus data dan transformasinya didalam sistem :



Gambar 5.8 *Data Flow Diagram Level 1* untuk Pembelian

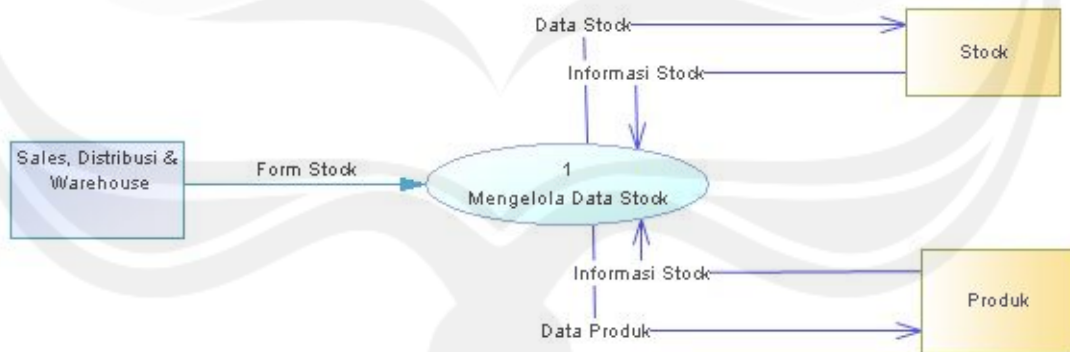
Model *Data Flow Diagram* Level 1 untuk pembelian diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form* Pelanggan, data pelanggan dimasukkan ke dalam sistem kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi pelanggan dan disimpan ke dalam *database* sistem. Melalui *form* Transaksi, pembeli dapat mengetahui informasi produk yang disampaikan oleh *Sales Counter* dan melihat informasi yang ada di dalam Nota Pembelian setelah proses transaksi.



Gambar 5.9 *Data Flow Diagram* Level 1 untuk Sales

Model *Data Flow Diagram* Level 1 untuk Sales diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form* Transaksi, pengguna sistem

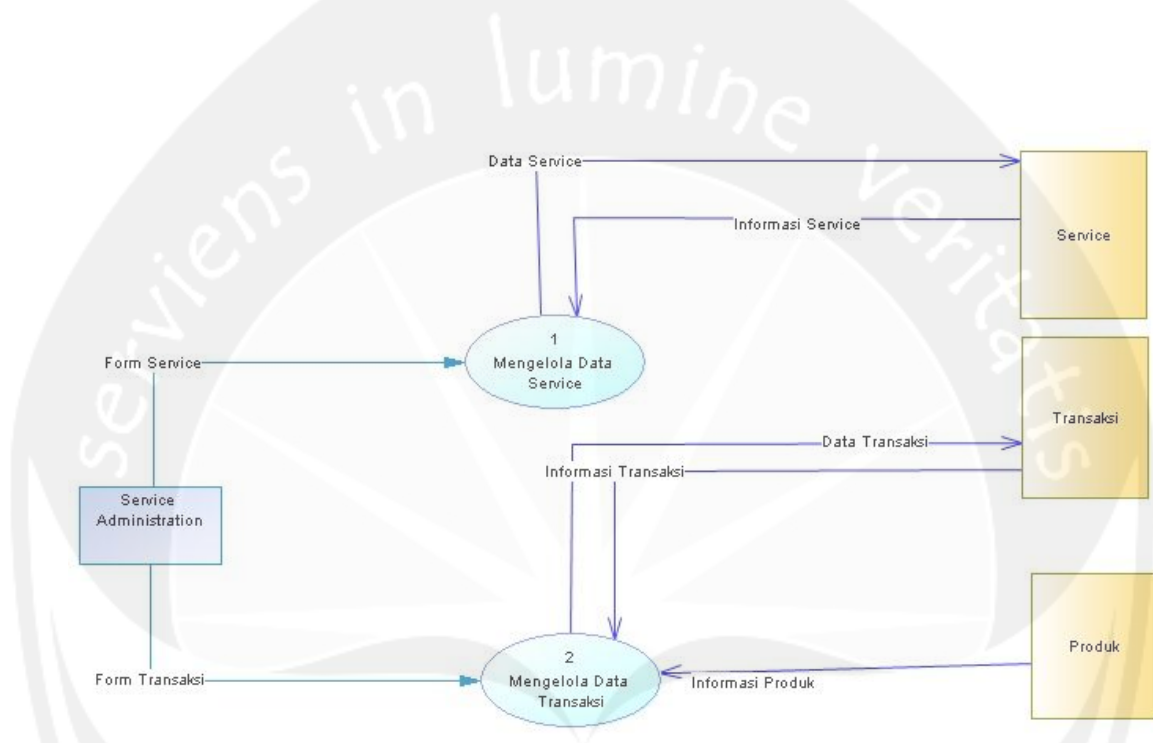
memasukkan data transaksi kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi transaksi dan disimpan ke dalam *database* sistem. Melalui *form* Pelanggan, data pelanggan dimasukkan ke dalam sistem kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi pelanggan dan disimpan ke dalam *database* sistem. Melalui *form* *Salesman*, pengguna sistem memasukkan data *Salesman* kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi *Salesman* dan disimpan ke dalam *database* sistem. Melalui *form* Produk, pengguna sistem memasukkan data produk kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi *produk* dan disimpan ke dalam *database* sistem. Melalui *form* Produk, pengguna sistem memasukkan data *stock* kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi *stock* dan disimpan ke dalam *database* sistem.



Gambar 5.10 *Data Flow Diagram Level 1* untuk *Sales, Distribusi & Warehouse*

Model *Data Flow Diagram Level 1* untuk *Sales, Distribusi & Warehouse* diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form*

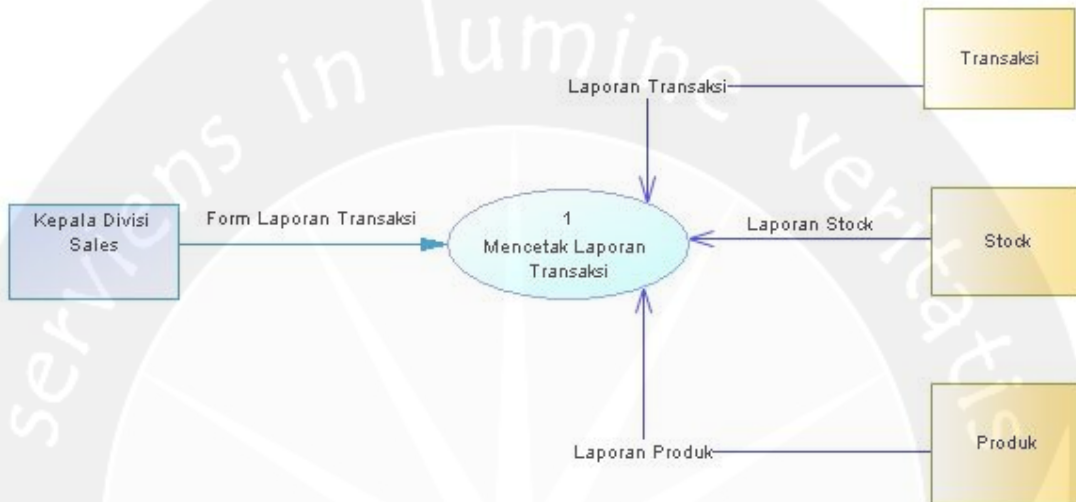
Stock, pengguna sistem memasukkan data *stock* kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi *stock* dan disimpan ke dalam *database* sistem. Informasi *stock* ini dapat ditampilkan pada *form* Produk dan *form* Stock.



Gambar 5.11 *Data Flow Diagram Level 1* untuk *Service Administration*

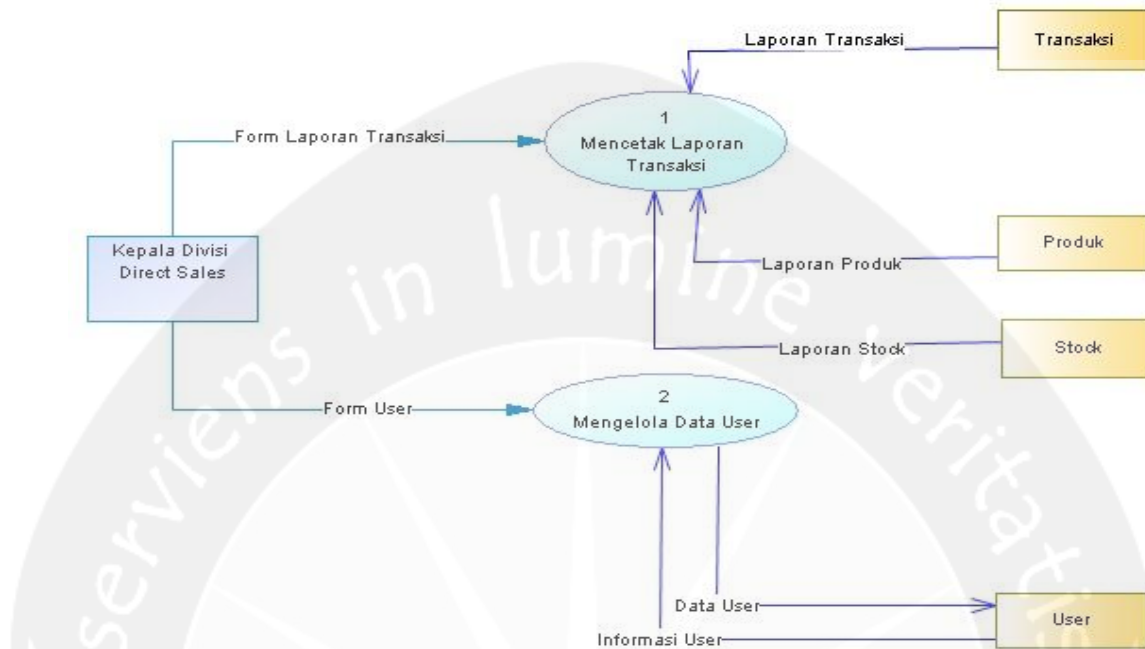
Model *Data Flow Diagram Level 1* untuk *Service Administration* diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form Service*, pengguna sistem memasukkan data *service* kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi *service* dan disimpan ke dalam *database* sistem. Melalui form Transaksi, pengguna sistem memasukkan data transaksi kemudian sistem

mengolahnya menjadi Informasi produk dan informasi transaksi dan menyimpannya ke dalam *database* sistem.



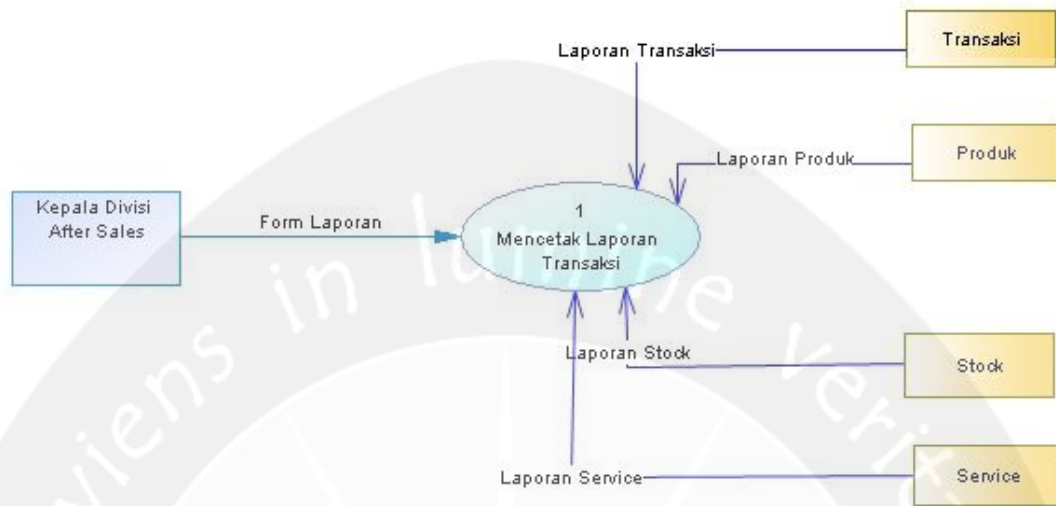
Gambar 5.12 *Data Flow Diagram Level 1* untuk Kepala Divisi Sales

Model *Data Flow Diagram Level 1* untuk Kepala Divisi Sales diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form* Laporan Transaksi, pengguna sistem dapat melihat dan mencetak Laporan Transaksi, Laporan *Stock* dan Laporan Produk.



Gambar 5.13 Data Flow Diagram Level 1 untuk Kepala Divisi Direct Sales

Model *Data Flow Diagram* Level 1 untuk Kepala Divisi *Direct Sales* diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form* Laporan Transaksi, pengguna sistem dapat melihat dan mencetak Laporan Transaksi, Laporan *Stock* dan Laporan Produk. Melalui *form* *User*, pengguna sistem memasukkan data *user* kemudian sistem mengolahnya menjadi informasi *user* dan sistem menyimpannya ke dalam *database* sistem.



Gambar 5.14 Data Flow Diagram Level 1 untuk Kepala Divisi After Sales

Model Data Flow Diagram Level 1 untuk Kepala Divisi *After Sales* diatas menggambarkan perubahan dari aliran data yang masuk ke sistem. Melalui *form* Laporan, pengguna sistem dapat melihat dan mencetak Laporan Transaksi, Laporan Produk, Laporan *Stock* dan Laporan *Service*.

5.3.3 Kolom *Where*

Kolom ini membahas mengenai lokasi bisnis utama dari PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. Pada kolom *Where*, bagian yang akan diuraikan adalah *Scope*, *Enterprise Model*, dan *System Model*.

- a. *Scope* : merupakan lokasi proses bisnis utama berlangsung, unit bisnis, divisi, departemen, kantor. Proses bisnis ini berlangsung di kantor pusat

PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta, yang berada di jalan Magelang No. 135B, D.I Yogyakarta, Indonesia.

- b. *Enterprise Model* : merupakan lokasi bisnis (kantor pusat, kantor cabang, *sub dealer*) yang dimiliki PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta. Berikut rincian lokasi kantor pusat, kantor cabang dan *sub dealer* PT. Sumber Buana Motor :

Tabel 5.3 Tabel rincian lokasi kantor pusat, kantor cabang dan *sub dealer*

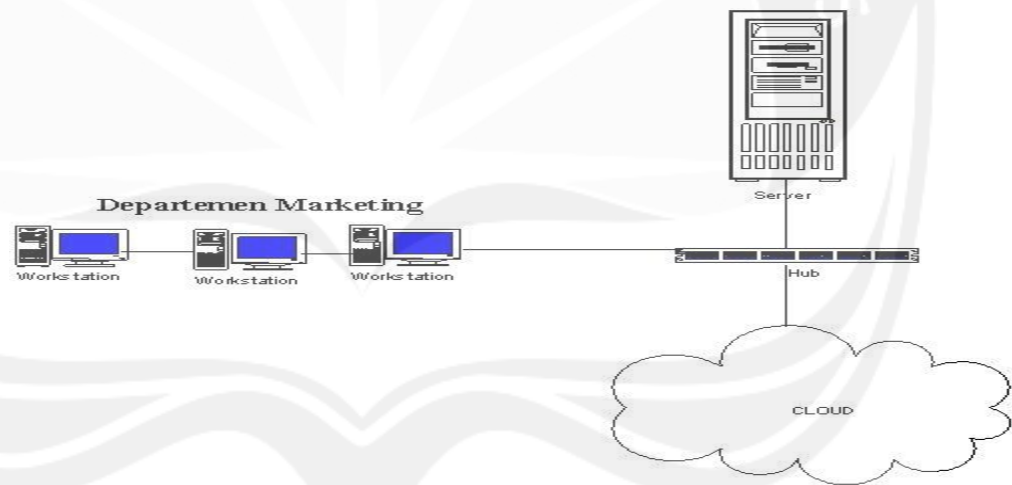
PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta

| Dealer | Alamat | Kategori |
|---------------------------|--|--------------------|
| PT. Sumber Buana Motor | Jl. Magelang No. 135-B | <i>Main Dealer</i> |
| PT. Sumber Buana Motor | Jl. Wonosari | Cabang |
| PT. Sumber Buana Motor | Jl. Gejayan 9 A Palemkecut Catur Tunggal | Cabang |
| PT. Sumber Buana Motor | Jl. Bantul Km. 8,5, Bantul | Cabang |
| PT. Sumber Buana | Jl. Godean Km. 4 No. | Cabang |

| | | |
|-----------------------------------|--|-------------------|
| Motor | 18, Sleman | |
| PT. Sumber Buana Motor | Jl. R.E. Martadinata No. 59 | Cabang |
| PT. Sumber Buana Motor | Jl. Raya Yogya-Solo Km.14 Kalasan | Cabang |
| Kawasaki Sentral Gading | Jl. M.T Haryono No. 11 | <i>Sub Dealer</i> |
| Kawasaki Sentral Gedung Kuning | Jl. Gedung Kuning No.135 | <i>Sub Dealer</i> |
| Kawasaki Sentral Kaliurang | Jl. Kaliurang Km. 8, Prujukan Sinduharjo, Sleman | <i>Sub Dealer</i> |
| Kawasaki Sentral Umbulharjo | Jl. Menteri Supeno No. 62 A | <i>Sub Dealer</i> |
| Kawasaki Sentral Wonosari | Jl. Mgr. Sugiyo Pranoto No. 60 | <i>Sub Dealer</i> |
| Kawasaki Sentral Wates | Jl. Brigjen Katamso No. 121, Wates - | <i>Sub Dealer</i> |

| | | |
|--|------------|--|
| | Kulonprogo | |
|--|------------|--|

- c. *System Model* : merupakan topologi jaringan yang akan dibangun menurut kebutuhan organisasi. Sistem informasi penjualan ini berbasis *web*, yang diharapkan juga selain memiliki penyimpanan data di internet harus juga memiliki penyimpanan data di *server* dimana lokasi sistem informasi ini berjalan yaitu kantor pusat PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta sebagai jaminan kualitas dan keamanan data. Berikut topologi jaringan yang akan dibangun pada PT. Sumber Buana Motor :



Gambar 5.15 Topologi Jaringan

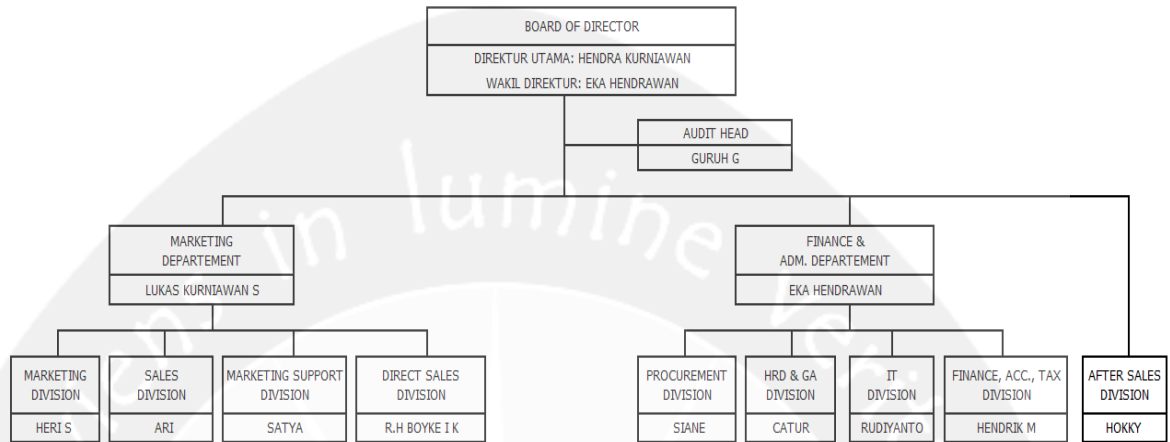
5.3.4 Kolom *Who*

Kolom ini membahas mengenai sumber daya manusia yang berperan di PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta dan departemen *Marketing*.

- a. Struktur Organisasi PT. Sumber Buana Motor :

STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN

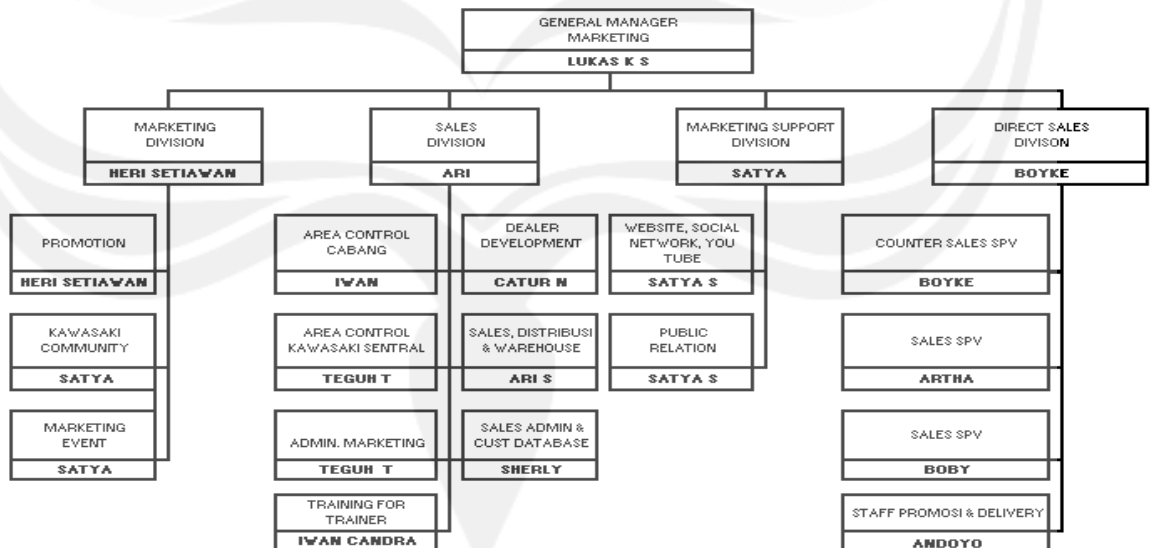
Berlaku Mulai: 1 Januari 2014



Gambar 5.16 Struktur Organisasi PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta

STRUKTUR ORGANISASI MARKETING DEPARTEMEN

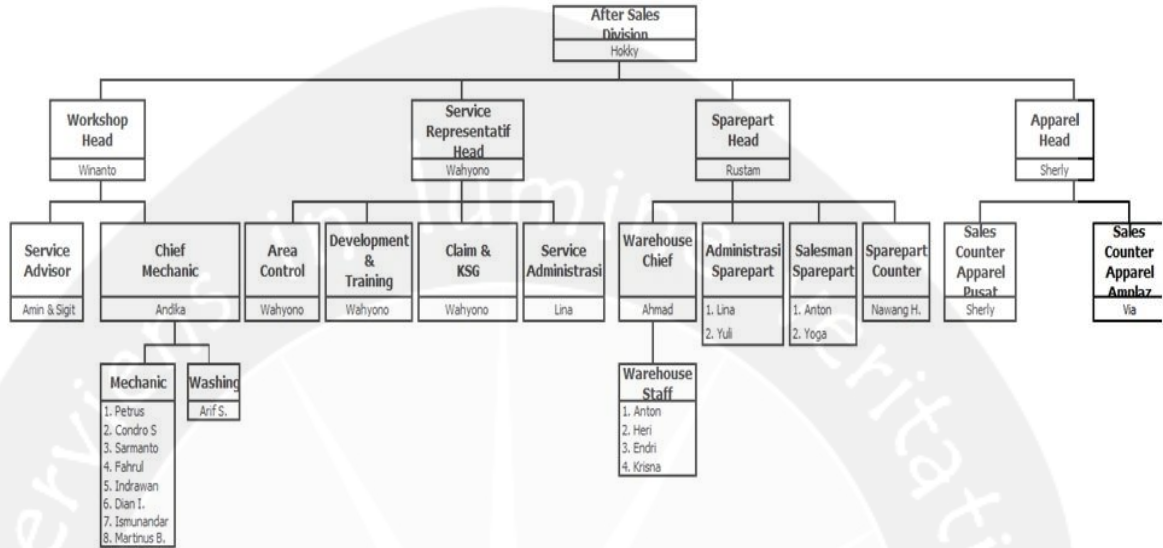
Berlaku mulai: 1 Januari 2014



Gambar 5.17 Struktur Organisasi Departemen Marketing PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta

STRUKTUR ORGANISASI DIVISI AFTER SALES

Berlaku mulai: 1 Januari 2014

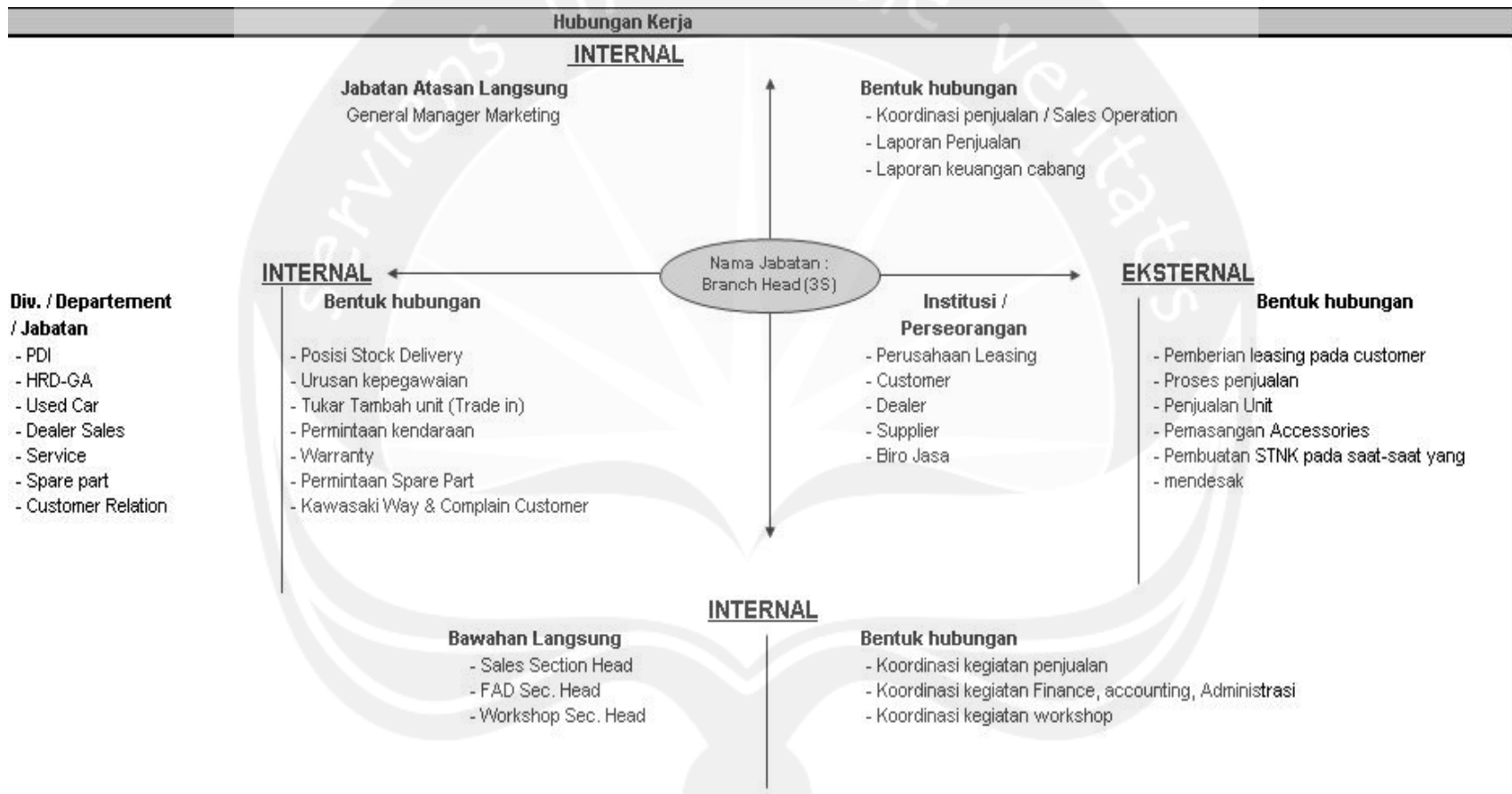


Gambar 5.18 Struktur Organisasi Divisi *After Sales* PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta

- b. Seperti yang telah digambarkan pada gambar 5.17, Setiap karyawan di departemen *Marketing* memiliki pekerjaan dan tanggung jawab sebagai berikut :

| JOB DESCRIPTION | | | | | | |
|--|--|---|--|-----|---|----------------------|
| Kode Posisi | | Bawahan Langsung | | | | |
| Nama Perusahaan | | No. | Nama Jabatan | | Tujuan / Fungsi Jabatan | |
| PT. SUMBER BUANA MOTOR | | 1. | Sales Supervisor | | Mengkoordinasikan kegiatan Sales Force untuk pencapaian target penjualan | |
| Nama Jabatan | | 2. | Workshop Section Head | | Mengkoordinasi & Mengontrol Operasional Workshop untuk tercapainya produktivitas dan efisiensi yang maksimal | |
| Div. / Dept. | | 3. | FAD Section Head | | Mengkoordinasikan kegiatan Finance, Accounting dan administrasi | |
| Atasan Langsung | | General Manager Marketing | | | | |
| Budget Operasional tahunan, jika ada | | | | | | |
| Periode : | | January s/d December | | | | |
| Jumlah : | | Rp. | | | | |
| Target Penjualan | | | | | | |
| Periode : | | January s/d December | | | | |
| Jumlah : | | 40 dan 52 unit / bulan | | | | |
| Tujuan Jabatan | | | Tanggung Jawab | | Wewenang | |
| Mengkoordinasikan kegiatan operasional cabang (3 S) dengan tujuan untuk meningkatkan sales volume, profit dan brand image | | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Memastikan peningkatan penjualan dan brand image untuk pencapaian target penjualan. 2. Memastikan terjadinya iklim kerja yang kondusif dengan cara mengelola SDM secara baik (Mengarahkan, memotivasi recruitment, pelatihan & kaderisasi) 3. Mencari & membangun business opportunity baru | | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyetujui pemberian discount harga, sesuai dengan ketentuan yang berlaku 2. Memberikan pengarahan, teguran, pelatihan kepada karyawan 3. Menyusun strategi penjualan & Implementasi | |
| Persyaratan Jabatan | | | Perlengkapan Kerja | | | Kondisi Kerja |
| Pendidikan Minimum : | | S - 1, Semua bidang ilmu | | No. | Utama | Penunjang |
| Pengalaman Kerja : | | Minimal 5 tahun sebagai Sales Supervisor atau 2 tahun pada posisi yang sama | | 1. | Handphone | Kendaraan bermotor |
| Usia : | | 25 - 30 tahun | | 2. | Telpon | Mesin ketik |
| Kemampuan B. Asing : | | Bhs Inggris : pasif | | 3. | Mesin Fax | Display unit |
| Keterampilan Khusus : | | Presentasi, Managerial Skill, Negosiasi | | 4. | Kartu Nama | Test motor |
| | | Analisa pasar | | 5. | Kalkulator | |
| | | Penulisan laporan | | 6. | | |
| | | | | 7. | | |
| | | | | 8. | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan 90% berada di lingkungan kantor (Di dalam ruangan) - Kadang-kadang melakukan tugas keluar | | | | | | |

Gambar 5.19 Job Description Departemen Marketing 1



Gambar 5.20 Job Description Departemen Marketing 2

| Tugas Utama | | |
|---|--|--|
| Tugas | Uraian Tugas | KPI |
| R | | |
| 1. Morning Briefing | <ul style="list-style-type: none"> a. Sharing Informasi aktual mengenai perusahaan pesaing, stock tersedia, Delivery order terakhir, Dll. b. Koordinasi kegiatan penjualan | <ul style="list-style-type: none"> - Informasi aktual tersebar - Delivery order sesuai dengan target - Proses persamaan persepsi |
| 2. Menyetujui dokumen-dokumen penjualan (Surat Penjualan, Permintaan Kendaraan, Delivery Order, Surat Jalan, dll) | <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan pemeriksaan yang menyeluruh atas semua dokumen penjualan b. Menyetujui dokumen penjualan yang telah memenuhi persyaratan c. Filing | <ul style="list-style-type: none"> - Pengecekan dokumen - Dokumen penjualan termonitor dengan baik sehingga sehingga tidak ada dokumen yang salah/menyimpang |
| 3. Mengontrol Stock Unit dilokasi showroom | <ul style="list-style-type: none"> a. Koordinasi dengan Sales supervisor dalam pengontrolan unit di show room b. Melakukan koordinasi dengan PDI bila ditemukan cacat/kerusakan. c. Memastikan bahwa kendaraan siap untuk delivery | <ul style="list-style-type: none"> - Rencana penjualan - Stock Management - Kendaraan siap untuk delivery |
| 4. Monitoring stock unit kendaraan | <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan koordinasi dengan PDI mengenai warna dan jumlah ready stock unit | <ul style="list-style-type: none"> - Koordinasi Internal - Kepuasan pelanggan terpenuhi dengan pengadaan unit yang sesuai dengan kehendak pelanggan tepat waktu. |
| 5. Melakukan Joint Call | <ul style="list-style-type: none"> a. Membantu sales force menemui pelanggan bila ada hal-hal tertentu yang membutuhkan penanganan khusus (misalnya pembelian dalam jumlah besar) | <ul style="list-style-type: none"> - Penanganan pelanggan - Koordinasi Internal - Penjualan terlaksana |
| 6. Monitoring keuangan cabang | <ul style="list-style-type: none"> a. Melakukan meeting dengan FAD Lokasi b. Melakukan evaluasi atas pengeluaran biaya c. Monitoring A/R dan melakukan tindakan yang diperlukan untuk menghindari kemacetan penagihan d. Menyetujui pengeluaran < 300 ribu | <ul style="list-style-type: none"> - Pernyamaan persepsi - Kondisi keuangan cabang dalam posisi yang wajar |
| 7. Monitoring kegiatan Workshop | <ul style="list-style-type: none"> a. Memeriksa jumlah kendaraan yang masuk dan yang telah selesai diperbaiki dengan tujuan untuk mengetahui prosentase penyelesaian proses perbaikan, untuk selanjutnya dilakukan improvement yang diperlukan. b. Monitoring biaya operasional Work Shop. | <ul style="list-style-type: none"> - Jumlah Kendaraan masuk - Revenue - Profit - Workshop berjalan pada tingkat biaya yang efisien - yang pada akhirnya akan meningkatkan profit cabang |

Gambar 5.21 Job Description Departemen Marketing 3

| Tugas Utama | | |
|---|--|---|
| Tugas | Uraian Tugas | KPI |
| 8. Monitoring Sumber Daya Manusia Cabang | <ul style="list-style-type: none"> a. Monitoring disiplin karyawan. b. Memberikan pengarahan, teguran kepada karyawan cabang bila diperlukan. c. Mereview Man Power Plan, apakah telah sesuai dengan kebutuhan cabang. | <ul style="list-style-type: none"> - Penyamaan persepsi atasan - bawahan - Iklim kerja yang sehat terbentuk dan terpelihara |
| B | | |
| 9. Memberikan pelaporan secara mingguan kepada General Manager | <ul style="list-style-type: none"> a. Memberikan laporan mengenai Prospek, Hot Prospek, Delivery Order kepada GM Marketing b. Memberikan laporan masalah-masalah yang terjadi dalam aktivitas penjualan | <ul style="list-style-type: none"> - Laporan tepat waktu dan akurat |
| 10. Evaluasi prestasi untuk Sales Executive/Counter | <ul style="list-style-type: none"> a. Review laporan harian mengenai Prospek, Hot prospek b. Review total penjualan yang dilakukan oleh masing-masing sales force 1 bulan sekali. | <ul style="list-style-type: none"> - Pembinaan terhadap sales force berjalan dengan baik sehingga tercipta iklim kerja yang baik. - Review Laporan penjualan |
| 11. Menyusun budget cabang | <ul style="list-style-type: none"> a. Menyusun proyeksi penjualan untuk tahun berjalan b. Membandingkan antara budget yang telah disusun dengan keadaan actual. c. Melakukan analisa bila terjadi penyimpangan yang significant | <ul style="list-style-type: none"> - Rencana/Proyeksi penjualan - Budget tahun sebelumnya - Data pengeluaran aktual - Kegiatan operasional cabang berjalan sesuai dengan budget yang telah disusun sebelumnya |
| 12. Koordinasi dengan HRD Pusat dalam proses perekrutan karyawan baru | <ul style="list-style-type: none"> a. Menyiapkan PTK Karyawan baru b. Melakukan Wawancara c. Melakukan check kelengkapan dokumen recruitment d. Melakukan survey alamat pelamar e. Mempersiapkan PPKW | <ul style="list-style-type: none"> - MPP - Proses rekrutment berjalan lancar, kebutuhan SDM terpenuhi dengan tepat waktu. |
| 13. Menata showroom untuk event-event tertentu | <ul style="list-style-type: none"> a. Menetapkan Lay Out show Room b. Koordinasikan Sales Force untuk menjaga keindahan show room | <ul style="list-style-type: none"> - Sasaran kegiatan - Jumlah Prospek & Hot Prospek meningkat - Brand Image meningkat |

Gambar 5.22 Job Description Departemen Marketing 4

5.3.5 Kolom Why

Kolom ini membahas mengenai hal-hal yang ingin dicapai oleh PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta.

a. Visi Organisasi :

1. Dikenal sebagai salah satu dealer otomotif yang terbaik dalam bidang manajemen, memastikan diri mampu mencapai kemajuan dan laba yang berimbang serta mampu memberikan kepuasan total kepada para pelanggan.
2. Bersama dengan segenap mitra bisnis, menciptakan semangat sinergis bagi kerjasama yang saling menguntungkan.

b. Misi Organisasi : “Menjadi dealer otomotif terbaik, dengan memberikan *value* tertinggi dan kepuasan total kepada pelanggan”

c. Tujuan Organisasi :

1. Mencapai *market share* penjualan produk Kawasaki 3%.

2. Mengembangkan jaringan penjualan Kawasaki dengan menambah 12 *outlet* dan menjual minimal 50 unit per bulan.
3. Memiliki satuan tugas penjualan dan tim yang mampu bekerjasama dengan baik.
4. Menambah kekuatan citra produk Kawasaki melalui program kampanye pemasaran.
5. Membentuk dan menghidupkan program komunitas Kawasaki di daerah-daerah yang potensial.
6. Menjadi yang nomor satu dalam indeks kepuasan pelanggan dan indeks kepuasan pelayanan.
7. Menciptakan program operasional yang unggul dengan fokus pada sistem dan teknologi informasi yang baik, dan efisiensi biaya.
8. Membentuk kerjasama yang saling bersinergi antara dealer kawasaki dan perusahaan finansial.

d. Budaya Organisasi :

1. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk kepuasan total bagi para pelanggan.

2. Memberikan penghargaan sebesar-besarnya kepada individu yang bermotivasi tinggi serta memiliki kerjasama tim yang baik dalam meraih sukses.

3. Memiliki kejujuran dan integritas yang tinggi

4. Mengembangkan daya kreatifitas dan inovasi untuk kemajuan perusahaan.

e. Pengembangan aplikasi

Pengembangan aplikasi sangat perlu ditingkatkan, mengingat manfaat yang didapatkan dari penggunaannya yang berpengaruh besar terhadap organisasi. Pengembangan aplikasi mampu memberikan manfaat untuk efektifitas dan efisiensi bisnis, sehingga dapat membantu organisasi untuk mencapai tujuan bisnis dan teknologinya. Dibutuhkan komitmen dan konsistensi yang kuat untuk pengembangan aplikasi di departemen *Marketing* PT. Sumber Buana Motor Yogyakarta, supaya tujuan organisasi dan peningkatan bisnis dapat tercapai.