

**ANALISIS PENERAPAN APLIKASI *E-COMMERCE* DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN PENJUALAN PADA
PT. DWIDAYA WORLDWIDE PALEMBANG**

SKRIPSI



NAMA : Septiyan Gunawan
NIM : 222012150

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2016**

**ANALISIS PENERAPAN APLIKASI *E-COMMERCE* DALAM
MENINGKATKAN PENDAPATAN PENJUALAN PADA
PT. DWIDAYA WORLDWIDE PALEMBANG**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**NAMA : Septiyan Gunawan
NIM : 222012150**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2016**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Septiyan Gunawan

NIM : 222012150

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila terbukti dikemudian hari pernyataan ini tidak benar, Maka saya sanggup menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Palembang, Agustus 2016

Penulis,


Septiyan Gunawan

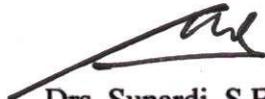
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Analisis Penerapan Aplikasi *e-commerce* Dalam Meningkatkan
Pendapatan Penjualan Pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang
Nama : Septiyan Gunawan
NIM : 222012150
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Akuntansi
Konsentrasi : Sistem Informasi Akuntansi

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal.....

Pembimbing



Drs. Sunardi, S.E., M.Si
NIDN : 0206046303

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Akuntansi



Betri Sirajuddin, S.E., Ak., M.Si., CA
NIDN : 0216106902/944806

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ ***Jadilah seperti karang di lautan yang tetap kokoh diterjang ombak, walaupun demikian air laut tetap masuk kedalam pori-porinya.***

Dengan segala syukur ku persembahkan kepada :

1. bapak dan alm.ibunda
2. 5 saudara kandungku
3. Pacar ku Meriana
4. Dosen Pembimbing skripsiku
5. Dan Almamaterku

PRAKATA

Alhamdulillahirabbil alamiin, Segala puja dan puji syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan yang maha pengasih lagi maha penyayang yang tiada henti memberikan rahmat dan karunianya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Analisis penerapan aplikasi e-commerce dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang**. Skripsi tersebut untuk mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulisan skripsi ini tidak akan selesai pada waktunya tanpa dorongan, dukungan, dan bantuan banyak pihak. Penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah memberikan bantuan berupa do'a maupun materi yang sangat berperan besar dalam penyelesaian skripsi ini. Serta saudara, ayuk dan kakak yang tak hentinya memberikan dukungan kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Drs. Sunardi, S.E.,M.Si, yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran dan nasehat dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu penulis juga mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Bapak H.Drs Fauzi Ridwan,.M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

3. Bapak Betri Sirajuddin, S.E., Ak, M.si. CA dan Bapak Mizan, S.E., M.Si.AK.CA selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Akuntansi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak M. Orba Kurniawan, S.E., S.H., M.S.I selaku Pembimbing Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Bapak dan ibu dosen serta staff pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Bapak Jefry kurniawan selaku Branch Manager beserta staff PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

Dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang seikhlas-ikhlasnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga amal dan ibadah mendapat balasan Allah SWT. Amiin...

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
HALAMAN PRAKATA.....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI.....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL.....	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN	xii
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. RUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN PENELITIAN	5
D. MANFAAT PENELITIAN	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. PENELITIAN SEBELUMNYA	7
B. LANDASAN TEORI	
1. pendapatan.....	10
a. pengertian pendapatan	10
b. Timbulnya pendapatan	11
2. SISTEM PENJUALAN E-COMMERCE	13
a. Pengertian e-commerce	13
b. Tipe aplikasi e-commerce	14
c. Ruang lingkup e-commerce	18
d. Proses pembayaran e-commerce	22

e. Jenis jenis e-commerce.....	25
f. Manfaat e-commerce.....	25
g. Pendukung e-commerce.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
A. JENIS PENELITIAN.....	29
B. LOKASI PENELITIAN.....	30
C. OPERASIONALISASI VARIABEL.....	31
D. DATA YANG DIGUNAKAN.....	31
E. METODE PENGUMPULAN DATA.....	31
F. ANALISIS DATA DAN TEKNIK ANALISIS.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. HASIL PENELITIAN	
1. GAMBARAN UMUM PENELITIAN.....	34
a. Sejarah Perusahaan.....	34
b. Visi dan misi perusahaan.....	35
c. Strategi perusahaan.....	36
d. Kegiatan perusahaan.....	38
e. Struktur organisasi.....	39
f. Pembagian tugas.....	40
2. DATA PENDAPATAN	
a. Pendapatan sebelum menggunakan <i>e-commerce</i>	45
b. Pendapatan sesudah menggunakan <i>e-commerce</i>	46
B. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
1. Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide.....	56
a. Analisis pendapatan sebelum penerapan aplikasi <i>e-commerce</i>	56
b. Analisis pendapatan sesudah penerapan aplikasi <i>e-commerce</i>	58

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. SIMPULAN.....	65
B. SARAN.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1	Daftar pendapatan sebelum dan sesudah penerapan aplikasi <i>e-commerce</i> 5
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel..... 31
Tabel IV. 1	Daftar Pendapatan Penjualan..... 46

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Sertifikat Hafalan Surat-Surat Pendek
- Lampiran2 Sertifikat Toefl
- Lampiran3 Surat Riset
- Lampiran 4 Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi
- Lampiran 5 Jadwal Penelitian
- Lampiran 6 Tanda Pengesahan Perbaikan Skripsi
- Lampiran 8 Biodata

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar IV. 1 Struktur Organisasi PT. Dwidaya Worldwide	40
Gambar IV. 2 Gambar e-Tiket	55

ABSTRAK

Septiyan Gunawan/22 2012 150/2016/ Analisis Penerapan Aplikasi *E-commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang/ Sistem Informasi Akuntansi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan tempat penelitian pada PT. Dwidaya Worldwide – Palembang. Variabel penelitian ini adalah pendapatan dan sistem penjualan e-commerce, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data adalah wawancara dan dokumentasi. Metode analisis yang digunakan kualitatif. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan menyajikan uraian penjelasan mengenai pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan e-commerce.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan PT. Dwidaya Worldwide sebelum melakukan penerapan system penjualan *e-commerce* tidak mengalami peningkatan secara signifikan bahkan mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2008-2009 sebesar Rp. 3.161.600.000 pada tahun 2009 sebesar Rp. 2.584.500.000. tetapi pada awal penerapan system penjualan *e-commerce* pendapatan pada PT. Dwidaya Worldwide mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2011-2012 sebesar Rp. 3.522.384.000, pada tahun 2012-2013 pendapatan sebesar Rp. 4.970.867.000 pada tahun 2013-2014 pendaptan sebesar Rp. 9.236.700.000, tahun 2014-2015 pendapatan sebesar Rp. 10.081.000.000, dan tahun 2015 pendaptan sebesar Rp. 15.104.150.000. pendapatan perusahaan mengalami peningkatan setelah menerapkan aplikasi *e-commerce* dalam penjualan.

Kata kunci : aplikasi *e-commerce* dan Pendapatan

ABSTRACT

Septiyan Gunawan/22 2012 150/2016/ Analysis of E - commerce Application Deployment In Improving income of Sales at PT . Dwidaya Worldwide Palembang / Accounting Information Systems .

The purpose of this study was to determine the earnings before and after implementation of the system of e - commerce sales at PT . Dwidaya Worldwide Palembang .

This research is a descriptive study with a study on PT . Dwidaya Worldwide - Palembang . The research variables are income and sales system of e - commerce , data used in this study are primary data . Data collection techniques are interviews and documentation . Qualitative methods of analysis used . The analysis technique used in this study to present a description of the explanation of income before and after implementation of e -commerce sales system.

The results showed that the income of PT . Dwidaya Worldwide prior to the application of e - commerce sales system mengalami not increase significantly even decreased revenues in 2008-2009 amounted to Rp. 3.161.600.000 in the year of 2009 as big as Rp. 2.584.500.000 but at the beginning of the application of the system of e - commerce sales revenue at PT . Dwidaya Worldwide mengalami increase for the years 2011-2012 amounted to Rp. 3.522.384.000, in the year 2012-2013 revenues of Rp. 4.970.867.000 in the year 2013-2014 amounted to income of Rp.9.236.700.000 Year 2014-2015 revenues of Rp. 10.081.000.000, and 2015 income of at Rp. 15.104.150.000. corporate earnings improvement after implementing an e - commerce application in sales.

Keywords : e - commerce applications and income of

BAB 1

PENDAHULUAN

A.Latar Belakang Masalah

Tujuan perusahaan tidak hanya mencapai keuntungan tetapi juga perusahaan dituntut untuk dapat bersaing dengan perusahaan lainnya. Agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya perusahaan harus meningkatkan penjualan sehingga mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Berkembangnya penggunaan internet dan teknologi *world wide web*, menyebabkan munculnya penggunaan internet mengalami perkembangan yang luar biasa dibidang bisnis. Sejak berkembangnya teknologi internet pada tahun 1990-an penggunaannya meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses bisnis.

Penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif tersebut. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi kedalam perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan adalah dengan menggunakan *e-commerce (electronic commerce)* untuk memasarkan berbagai macam produk dan jasa, baik dalam bentuk fisik maupun digital. penggunaan teknologi tersebut, berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan seperti investor, konsumen dan pemerintah akan ikut berperan.

Menurut Raymond dan George (2009:59) pelanggan elektronik yang juga disebut *e-commerce* adalah penggunaan jaringan komunikasi dari computer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan internet dan komputer dengan *browser web* untuk membeli dan menjual produk.

Manfaat *e-commerce* dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan serta meningkatkan daya saing perusahaan dalam hal ini menjadi sudut pandang dari penulis yang dijadikan sebagai objek dalam tulisan ini. Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi *e-commerce* merupakan salah satu yang penting untuk pendapatan perusahaan. *E-commerce* mempercepat dan meningkatkan penjualan cepat maka dengan melihat perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat tersebut dapat memanfaatkan suatu layanan secara *online* yang berupa *e-commerce*.

Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk perdagangan atau perniagaan barang atau jasa (*trade and good services*) dengan menggunakan media elektronik. *e-commerce* terdiri dari pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui system elektronik seperti internet dan jaringan komputer. Menurut Raymond dan George (2006:60) akan bermanfaat jika kita membedakan dua jenis *e-commerce* yang terjadi dengan diluar batas perusahaan yaitu sebagai berikut : *e-commerce businnes to customer* (B2C) dan *e-commerce business to business* (B2B). Pembayaran dalam *e-commerce* adalah pembayaran *web*, elektrik, *fund*, transfer dan pembayaran yang aman (pembayaran secara offline).

Suhendro (2007) menjelaskan bahwa dalam lingkungan *e-commerce* yang *paperless*, kebutuhan akan bukti fisik berupa kertas secara signifikan akan menurun. ketika banyaknya transaksi bisnis yang dilakukan dan laporan keuangan tepat waktu yang diperlukan dan di sebarluaskan melalui internet, perusahaan harus mendesain sistem informasi akuntansi baru yang tidak hanya mencatat dan menelusuri informasi transaksi secara tepat, tetapi juga melakukan *cross check* dokumen internal dan eksternal secara otomatis. Keunggulan *e-commerce* melakukan kegiatan usaha dengan kemudahan, kecepatan, dan waktu tak terbatas, meminimalkan kesalahan dalam pemrosesan. Serta dapat meminimalkan biaya biaya tenaga kerja. Perusahaan melakukan sistem penjualan *e-commerce* untuk dapat mencapai perbaikan organisasi secara keseluruhan. *e-commerce* merupakan sarana pendukung yang kuat sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, seperti dalam pencapaian pendapatan perusahaan. Dimana *e-commerce* membantu perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan yang dapat membantu meningkatkan pendapatan perusahaan melalui sistem penjualan baik karena dapat mencapai konsumen secara global.

Menurut soemarso (2004:47) pendapatan (*revenue*) adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang timbul, pendapatan juga dapat didefinisikan sebagai bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari langganan) yang berasal dari barang atau jasa yang dijual.

PT. Dwidaya Worldwide adalah perusahaan yang menyediakan penjualan tiket pesawat dan tiket hotel yang ada di dalam kota maupun di luar kota bahkan mancanegara. Hasil wawancara penulis dengan bagian penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide tersebut menyatakan bahwa adanya penggunaan *e-commerce* terhadap proses bisnis pada perusahaan tersebut. Terlihat dari penggunaan internet perusahaan yang digunakan untuk melakukan penjualan jasa perusahaan, pelayanan, promosi serta melalui *internet* perusahaan ini para konsumen dapat memesan langsung kebutuhan tiket tour and travel serta hotel.

Survey awal dilakukan PT. Dwidaya Worldwide sejak pertama kali berdiri pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 menggunakan sistem penjualan secara manual, pada tahun 2011 sampai saat ini PT. Dwidaya Worldwide sudah menerapkan sistem penjualan *e-commerce (online)*. Oleh karena itu, terjadi perubahan pendapatan pada PT. Dwidaya Worldwide karena dengan adanya penjualan secara *online* maka perusahaan ini dapat mencapai konsumen secara global serta memudahkan dalam proses penjualan dan pemasaran. Dengan adanya *e-commerce* pihak perusahaan juga dapat melakukan promosi melalui situs website perusahaan. Perusahaan jadi lebih mudah untuk melakukan penjualan secara baik dan menyeluruh sampai daerah perdalaman.

Perubahan pendapatan pada PT. Dwidaya Worldwide sebelum menggunakan dan sesudah menggunakan *e-commerce* dapat dilihat pada tabel I.1 di lembar berikutnya.

Tabel I.1
PT. Dwidaya Worldwide
Daftar Pendapatan Penjualan Menggunakan
Aplikasi Penjualan *E-Commerce*
Tahun 2008 – 2015

No	Tahun	Pendapatan	Persentase
1	2008	3.161.600.000	-
2	2009	2.584.500.000	-18,25 %
3	2011	3.522.384.000	35,9 %
4	2012	4.970.867.000	41,12 %
5	2013	9.236.700.000	85,81 %
6	2014	10.081.000.000	9,14 %
7	2015	15.104.150.000	49,82 %

Sumber : *pt.dwidaya world wide*

Berdasarkan tabel I.1 di atas maka dapat dilihat pendapatan perusahaan sebelum menggunakan sistem penjualan *e-commerce* pada tahun 2008 sampai 2009 pendapatan perusahaan mengalami penurunan pendapatan dan ketika mengalami peningkatan pendapatan tidak terlalu tinggi, dan sesudah menggunakan sistem penjualan *e-commerce* dapat dilihat pada tabel sejak tahun 2011 sampai tahun 2015 awal penerapan sistem penjualan *e-commerce* pendapatan perusahaan mengalami peningkatan yang cukup signifikan dalam pendapatan penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Penerapan Aplikasi *E-commerce* dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang jadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Bagaimanakah pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan atau pengetahuan khususnya mengenai pendapatan penjualan dengan menggunakan sistem informasi akuntansi *e-commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide.

2. Bagi PT. Dwidaya Worldwide

Memberikan masukan dan bahan pemikiran mengenai pendapatan penjualan dengan menggunakan sistem informasi akuntansi *e-commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide.

3. Bagi Almamater

Menambah pengetahuan baik pihak lain maupun pihak yang berkepentingan seperti untuk menjadi peneliti lebih lanjut, terutama mengenai sistem penjualan *e-commerce*, serta dapat menjadi refrensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian sebelumnya

1. Penelitian sebelumnya berjudul Rancangan Informasi Akuntansi: Transaksi Berbasis Online Produk Unggulan UMKM Songket Riau Sebagai Peningkatan Ekonomi Songket Melayu Dalam Konteks Hasanah Kearifan Budaya riau Enny susilowati M dan Emrinaldi Nur DP (Tahun 2015). Perumusan masalah adalah Bagaiman peran sistem pemasaran online dan model pembukuan akuntansi sederhana berbasis web 2.0 dalam meningkatkan pecintaan dan ekonomi produk UMKM songket melayu riau.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode observasi dan metode prototyping dalam pembuatan perangkat lunak. Metode observasi adalah tehnik pengumpulan data dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Metode *prototyping* adalah salah satu metode pengembangan perangkat lunak yang banyak digunakan. Dengan metode *prototyping* ini pengembang dan pelanggan dapat saling berinteraksi selama proses pembuatan sistem. Sedangkan data yang digunakan adalah dengan cara purposive sampling. Purposive sampling adalah cara pengumpulan data dengan mengambil elemen atau anggota populasi secara keseluruhan dengan tujuan akan diolah keseluruhan data yang kembali saja.

Pengumpulan data juga dilakukan dengan cara observasi objek penelitian, wawancara maupun penyebaran kuesioner pada 45 orang yang bertindak sebagai pemilik, wakil pemilik, pekerja, pemasar, penun, UMKM songket riau yang tersebar di riau.

Hasil dari penelitian pada Rancangan Informasi Akuntansi: Transaksi Berbasis Online Produk Unggulan UMKM Songket Riau Sebagai Peningkatan Ekonomi Songket Melayu Dalam Konteks Hasanah Kearifan Budaya Riau (Tahun 2015). Peneliti mengetahui bahwa system pemasaran dan pembukuan akuntansi sederhana berbasis web 2.0 pada untuk meningkatkan kinerja perekonomian UMKM songket melayu di riau menjadi masukan penting bagi Produk Unggulan UMKM Songket Melayu Riau.

Penelitian selanjutnya yaitu Aplikasi *e-commerce* Pada IKM Anyaman Produk Seni (ART) di Jawa Timur Menghadapi Pasar global Suwitho (tahun 2013). Perumusan masalah adalah persaingan semakin tinggi tidak cukup hanya itu saja konsumen pun semakin selektif dalam memilih produk dan jasa. Metode yang digunakan yaitu metode kuantitatif dan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif dilakukan dengan focus group discussion (FGD) yang bertujuan untuk menghadapi permasalahan yang dihadapi pengusaha dalam praktek *e-commerce*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya dengan melakukan purposive sampling.

Hasil penelitian tersebut bahwa IKM Anyaman Produk Seni (ART) di Jawa Timur Menghadapi Pasar global (tahun 2013) internet bukan hal yang baru bagi semua pengusaha termasuk IKM di Jawa Timur, sebagian besar pengusaha sudah paham dengan internet. Namun belum banyak pengusaha yang menggunakan fasilitas tersebut untuk meningkatkan kinerja bisnisnya. Beberapa kendala yang dihadapi setiap sentra industri terkait dengan bisnis online tidak sama, sebagai contoh adalah IKM anyaman bambu di Mojokerto masalah yang dihadapi adalah SDM, sehingga kurang mampu memenuhi permintaan konsumen. Industri kerajinan Enceng Gondok masalah yang dihadapi adalah masalah dana. Industri anyaman Pandan dan bambu di Jombang masalah yang dihadapi adalah kurang kuatnya asosiasi dan lain-lain.

Perbedaan penelitian sebelumnya yang pertama dan yang kedua dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian sebelumnya meneliti tentang Transaksi Berbasis Online Produk Unggulan UMKM Songket Riau Sebagai Peningkatan Ekonomi Songket Melayu Dalam Konteks Hasanah Kearifan Budaya Riau (Tahun 2015).

Perbedaan peneliti yang kedua dengan penulis adalah penelitian sebelumnya meneliti tentang Aplikasi *e-commerce* Pada IKM Anyaman Produk Seni (ART) di Jawa Timur Menghadapi Pasar global (tahun 2013). Sedangkan peneliti yang sekarang meneliti tentang Analisis Penerapan Aplikasi *E-commerce* terhadap pendapatan penjualan pada PT. Dwidaya World Wide Palembang.

Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan penulis sekarang adalah sama sama meneliti sistem penjualan melalui teknologi informasi dengan menggunakan media internet.

B. Landasan Teori

1. Pendapatan

a. Pengertian pendapatan

Menurut Niswonger (2006:56) menjelaskan pendapatan merupakan kenaikan kotor (gross) dalam modal pemilik yang dihasilkan dari penjualan barang dagang, pelaksanaan jasa kepada klien, menyewakan harta, peminjaman uang, dan semua kegiatan usaha profesi yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.

Menurut krismiaji (2015:295), pendapatan adalah serangkaian kegiatan bisnis yang terjadi secara berulang dan kegiatan pengolahan informasi yang berhubungan dengan penyerahan barang dan jasa kepada pelanggan dan penerimaan pembayaran kas dari penyerahan barang dan jasa tersebut.

Menurut Kieso Warfield dan Weygandt (2011;955) Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal entitas selama suatu periode, jika arus masuk tersebut mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

Dari definisi yang diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah tambahan aktiva yang diperoleh perusahaan dari langganan dengan suatu transaksi pertukaran barang dan jasa yang telah dilakukan. Walaupun pendapatan merupakan arus kas masuk dari aktiva, tetapi tidak semua arus masuk dari aktiva merupakan pendapatan bagi perusahaan dalam hal ini hanya arus masuk dari aktiva yang berasal dari kegiatan operasi perusahaan.

b. Timbulnya Pendapatan

Mengenai timbulnya pendapatan, maka dapat dikelompokkan menjadi pendapatan operasional dan pendapatan diluar perusahaan. Pendapatan operasional adalah pendapatan dari usaha pokok perusahaan. Untuk lebih jelasnya mengenai timbulnya pendapatan menurut Simangunsong (2001:29) digolongkan sebagai berikut:

- 1) Penghasilan dari usaha (operating revenue) yaitu penghasilan yang diperoleh perusahaan dikarenakan perusahaan mengadakan kegiatan yang memang merupakan kegiatan perusahaan yang utama atau pokok yang menghasilkan penghasilan atau pendapatan.
- 2) Penghasilan diluar usaha (non operating revenue), yaitu penghasilan yang diperoleh perusahaan akibat kegiatan atau operasi perusahaan diluar dari kegiatan utama perusahaan. Jadi penghasilan ini timbul bukan dari kegiatan utama atau kegiatan

pokok perusahaan tetapi dari kegiatan sampingan perusahaan atau kegiatan yang berbeda dari usaha pokok perusahaan.

c. Jenis Jenis Pendapatan

Menurut suwardjono (2002: 81-82) menyatakan bahwa dalam kaitannya dengan operasi perusahaan yang utama, pendapatan diklasifikasikan menjadi tiga komponen yaitu :

a. Pendapatan operasi

Pendapatan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan, namun pendapatan operasi ini dipengaruhi oleh jenis perusahaan. Untuk perusahaan jasa nama pendapatan yang bergerak dalam bidang jasa angkutan akan menambahkan dengan pendapatan angkutan, untuk perusahaan perdagangan atau manufaktur yang memperoleh pendapatannya dari menjual barang atau produk pendapatan operasinya disebut dengan penjualan (*sales revenue*).

b. Pendapatan Non Operasi

Pendapatan selain yang diperoleh dari kegiatan utama perusahaan yang sifatnya insidental atau yang secara tidak langsung berkaitan dengan kegiatan utama perusahaan. Pendapatan ini disebut dengan pendapatan lain lain (*other revenue and gains*). Contohnya seperti pendapatan bunga, pendapatan deviden, untung penjualan aktiva tetap, dan untung penjualan investasi.

c. Untung Luar Biasa

Untung non operasi yang sifatnya luar biasa baik kejadiannya maupun jumlahnya sebaiknya dipisahkan dan disebut pos luar biasa. Untuk semacam ini biasanya diperoleh perusahaan akibat kejadian yang tidak dapat dikendalikan manajemen. Contohnya adalah suatu perusahaan memperoleh ganti rugi yang besar karena menang dalam rangka perkara pengadilan dalam kasus pelanggaran hak paten.

2. Sistem Penjualan *E-Commerce*

a. Pengertian *e-commerce*

Kata e dalam *e-commerce* ini berarti elektronik yang artinya kegiatan pemasaran yang dimaksud dilaksanakan secara elektronik lewat internet atau jaringan syber.

Bersumber dari wikipedia online (2009) secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan / perniagaan barang atau jasa (*trades of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik. Kesimpulannya adalah *e-commerce is a part of bussines*. *E-commerce* adalah penyebaran, pembelian, pemasaran barang, dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet *www*, atau jaringan komputer lainnya, *e-commerce* dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data

elektronik, sistem manajemen inventori otomatis dan sistem pengumpulan data otomatis.

Sementara itu perdagangan elektronik atau yang disebut juga *e-commerce*, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari *e-commerce* adalah penggunaan *internet* dan komputer dengan *browser Web* untuk membeli dan menjual produk. McLeod Pearson (2008 : 59).

Dari definisi definisi yang diuraikan sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *e-commerce* merupakan kegiatan kegiatan bisnis yang yang menyangkut konsumen (*consumer*), manufaktur (*manufactures*), *services providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan komputer (*computers network*) yaitu internet.

b. Tipe Aplikasi E-Commerce

Dilihat dari jenisnya, e-Commerce dibagi menjadi 2 Kategori, yaitu **B-to-B** dan **B-to-C**. Prinsip pembagian ini berlandaskan pada jenis institusi atau komunitas yang melakukan intraksi perdagangan dua arah. Jika dilihat dari prospek lain, yaitu menurut Kardianonline (2011) berdasarkan jenis aplikasi yang dipergunakan, e-Commerce dapat dikategorikan menjadi 4 (empat) tipe:

1) Market

Internet Market (I-Market) adalah arena di dunia maya tempat bertemunya calon pembeli dan penjual untuk melakukan transaksi

secara elektronik melalui media Internet. Dari definisi tersebut terlihat bahwa tipe bisnis yang terjadi adalah **B-to-C** karena sebagai penjual produk atau jasa, perusahaan berusaha menghubungkan dirinya dengan I-Market yang notabene merupakan komunitas para pengguna internet yang ada diseluruh dunia. Prinsip yang di pegang perusahaan dalam tipe ini adalah menyediakan berbagai informasi lengkap mengenai produk atau jasa yang ditawarkan melalui internet. Dengan begitu, diharapkan calon pelanggan melakukan pemesanan atau pembelian terhadap produk atau jasa tersebut.

2) Customer Care

Customer Care adalah suatu usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk menjalin hubungan intraktif dengan pelanggan atau konsumen yang telah dimilikinya. Sebelum ini, biasanya perusahaan menyediakan nomor telepon bebas pulsa sebagai sarana yang dapat dipergunakan pelanggan untuk bertanya, berdiskusi, atau menyampaikan keluhan yang berhubungan dengan produk atau jasa yang telah atau yang akan dibelinya. Nomor telepon ini pada dasarnya dihubungkan dengan pusat informasi perusahaan (*call center*). Dengan berkembangnya internet, konsumen dapat berhubungan dengan *customer service* perusahaan selama 24 jam melalui situs terkait.

lihatlah beberapa pelayanan yang biasa ditawarkan melalui situs, seperti FAQ (*Frequently Asked Questions*), *real time chatting*, *customer info changes*, dll. Prinsip utama yang diharapkan perusahaan

dengan mengimplementasikan *e-Commerce* jenis adalah untuk memberikan pelayanan (*suports and services*) yang prima sehingga mempertinggi atau meningkatkan loyalitas konsumens. Seperti halnya I-Market, sebagian besar aplikasi yang digunakan bersifat B-toC.

3) *Vendors Management*

Hakikat sebuah bisnis adalah melakukan transformasi “bahan mentah” menjadi sebuah produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Dengan kata lain, mayoritas perusahaan pasti memiliki pemasok (*supplier*) “bahan mentah” tersebut. Disamping itu, berbagai aktivitas penunjang, seperti proses administrasi, pengelolaan SDM, dll. Kerap membutuhkan beragam barang yang harus dibeli dari perusahaann lain. Proses pembelian yang berlangsung secara continue dan berulang secara periodik tersebut pada dasarnya memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap pengeluaran total perusahaan (*cost center*).

Penerapan aplikasi *e-Commerce* untuk menghubungkan perusahaan dengan para vendor pemasok berbagai kebutuhan bisnis sehari-hari dapat menekan biaya total yang dikeluarkan untuk aktivitas pengadaan dan pembelian barang. Dengan demikian, perusahaan dapat melakukan eliminasi berbagai proses yang tidak perlu, mengintegrasikan beberapa proses yang dapat dilakukan sekaligus, menyederhanakan proses yang berbelit-belit, dan mengotomatisasikan proses-proses manual yang memakan waktu dan biaya. Berarti, prinsip yang

dijalankan perusahaan dalam implementasi aplikasi e-Commerce ini adalah melakukan proses pemesanan, pengadaan, dan pembelian bahan-bahan yang dibutuhkan dari berbagai pemasok dan vendor melalui internet, dan para rekanan akan mengirimkannya kepada perusahaan sesuai dengan kebutuhan Tipe **B-to-B** ini merupakan platform transaksi yang diterapkan dalam Tipe *e-Commerce*.

4) *Extended Supply Chain*

Supply Chain adalah urutan proses atau aktivitas yang dijalankan perusahaan mulai dari membeli “bahan mentah” (*raw materials*) sampai dengan menawarkan produk jadi kepada calon konsumen. Proses Generik yang biasa dilakukan dalam *Supply Chain* adalah pengadaan bahan mentah, penyimpanan bahan mentah menjadi bahan baku/jadi, penyimpanan bahan baku/jadi, distribusi, pemasaran dan penjualan, serta pelayanan purnajual. Tidak seperti perusahaan konvensional yang melakukan proses dari hulu ke hilir ini secara penuh dan menyeluruh, untuk dapat berkompetisi di era Globalisasi seperti saat ini, perusahaan harus menjalin kerja sama dengan rekanan bisnis yang lain (*collaboration to competitor*).

Kunci dari lebih murah, lebih baik dan lebih cepat dari yang ditawarkan para kompetitor. Oleh karena itu, untuk dapat menciptakan produk atau jasa yang demikian, proses penciptaan produk atau jasa di internal perusahaan harus dilakukan secara murah, baik, dan cepat. Disinilah prinsip penggunaan e-Commerce dipergunakan, yaitu untuk

melakukan optimisasi *supply chain* perusahaan. Caranya adalah menjalin hubungan dengan seluruh rekanan atau pihak lain yang terlibat langsung dalam proses penciptaan produk atau jasa melalui jalur elektronik semacam internet. Jelas terlihat seperti halnya tipe *e-Commerce vendor managemen*, prinsip **B-to-B** merupakan platform yang diterapkan dalam pengembangan *e-Commerce* terkait.

Penggunaan internet sebagai media pemasaran dan penjualan saluran terbukti mempunyai keuntungan antara lain beberapa produk tertentu lebih sesuai ditawarkan melalui internet, harga lebih murah mengingat membuat situs diinternet lebih murah biayanya dibandingkan dengan membuka outlet retail diberbagai tempat.

c. Ruang Lingkup *e-commerce*

Salah satu terpenting dan terbesar dari *e-business* adalah *e-commerce* dimana berbagai aktiva transaksi jual beli dilakukan melalui media internet.

Karena sangat lebarnya spektrum proses dari transaksi jual beli yang ada, sangat sulit menentukan ruang lingkup atau batasan dari domain *e-commerce*. Menurut temangingi (*online* 2011) adalah salah satu cara yang dapat dipergunakan untuk dapat mengerti batasan dari sebuah *e-commerce* adalah dengan mencoba mengkaji dan melihat fenomena pembeli dari berbagai dimensi seperti yang dijelaskan berikut ini:

1) Teknologi

Kontribusi yang terbesar yang memungkinkan terjadinya *e-commerce* adalah teknologi informasi, dalam hal ini perkembangan pesat teknologi komputer dan telekomunikasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa arena jual beli di dunia maya terbentuk karena terhubungnya berjuta-juta komputer ke dalam sebuah jaringan raksasa (internet) dari sisi *e-commerce* dapat dipandang sebuah prosedur atau mekanisme berdagang (jual beli) di internet dimana pembeli dan penjual dipertemukan di sebuah dunia maya yang terdiri dari sekian banyak komputer.

2) *Marketing* dan “*New consumer procesor*”

Dari segi pemasaran *e-commerce* sering dilihat sebagai sebuah cara baru untuk berhubungan dengan pelanggan menjadi. Melalui *e-commerce* jangkauan sebuah perusahaan menjadi semakin luas karena yang bersangkutan dapat memasarkan produk dan jasanya keseluruh dunia tanpa memperhatikan batasan-batasan geografis. Dengan cara yang sama pula sebuah perusahaan dapat langsung berhubungan dengan *end-consumernya*.

3) *Value Chain*

Di dalam *e-commerce*, bahan baku yang paling penting adalah informasi sehubungan dengan hal ini, proses penambahan nilai (*value chain*) menjadi kunci terselenggaranya sebuah mekanisme *e-commerce*. Konsep ini dikuatkan dengan teori virtual value chain yang

mengambarkan bagaimana proses penambahan nilai diberlakukan terhadap informasi, yaitu melalui langkah langkah proses gathering, organizing, selecting.

4) *Market-Making*

E-commerce dikatakan sebuah market making karena keberadaannya secara langsung telah membentuk sebuah pasar perdagangan tersendiri yang mempertemukan berjuta juta pembeli dan penjual di sebuah pasar digital maya (*e-market*). Di pasar maya ini terjadi perdagangan secara terbuka dan bebas, karena masing masing penjual dan pembeli dapat bertemu secara efisien tanpa perantara.

5) *Services infrasructure*

Konsep *e-commerce* ternyata tidak hanya membuka mekanisme transaksi jual beli semata, semata ternyata banyak sekali jasa jasa baru yang diperrlukan sebagai sarana pendukung aktivitas jual beli penduduk tersebut. Katakanlah jasa dari institusi keuangan untuk menawarkan cara pembayaran secara *elektronik*, jasa dari voucher aplikasi yang menawarkan cara melakukan transaksi secara aman (*secure*), jasa dari ISP (*internet service provider*) yang menawarkan cara mengakses internet dengan cepat dan murah, jasa perubahan bosting yang menawarkan perangkat penyimpan data maupun situs perusahaan yang bersangkutan dan lain lain.

6) *Legal, Privacy, dan Public Policy*

Sisa terakhir dalam melihat *e-commerce* adalah mencoba memandangnya dari unsur unsur semacam hukum, peraturan, kebijakan proses dan prosedur yang diberlakukan secara tidak langsung terlihat bahwa interaksi perdaganganelektronik yang telah mengikis batas batas ruang dan waktu mau tidak mau mendatangkan tantangan baru pemerintah dan masyarakat dalam mencoba membuat regulasi tertentu agar disatu pihak terbentuk lingkungan bisnis yang kondusif, sementara dipihak lain hak hak individu maupun masyarakat dapat terjaga dengan baik.

Menurut temangini *online* (2011) berdasarkan ke-lima prospektif tersebut di atas dapat digambarkan lima domain yang membatasi ruang lingkup dari *e-commerce*, yaitu masing masing sebagai sarana untuk:

1) *Enterprise Management*

Yang bearti menghubungkan divisi divisi yang ada di dalam perusahaan dengan cara mengalirkan informasi dari satu tempat ketempat yang lain melalui medium elektronik/digital (*flow of information*)

2) *Linking With Suppliers*

Yang berarti menghubungkan sebuah perusahaan dengan satu atau keseluruhan mitra bisnisnya secara elektronik agar proses pemesanan atau pengadaan bahan mentah atau baku produksi dapat dilakukan secara seefisien mungkin.

3) *Linking With distributo /retailer*

Yang berarti menghubungkan perusahaan dengan para distributor, wholesaler, maupun retailer yang bertanggung jawab untuk menyebarkan produk dari perusahaan ke tangan pelanggan.

4) *Interface with Consumer*

Yang berarti menghubungkan perusahaan dengan calon pembelinya secara langsung (*end-consumer*) tanpa melalui perantara atau broker.

5) *Global e-commerce Infrastructure*

Yang berarti menghubungkan perusahaan dengan pihak-pihak pendukung semacam vendor, ISP, lembaga keuangan, penyedia jasa infrastruktur, dan lain-lain karena merekalah yang merupakan institusi pendukung dapat terselenggaranya rangkaian proses *e-commerce* secara utuh.

d. Proses Pembayaran *e-commerce*

Menurut George H. Bodnar, William S. Hopwood (2006:89). Proses pembayaran *e-commerce* dengan berbagai jenis alternatif debit dan kredit serta lembaga keuangan dan perantara bagian dari proses tersebut.

1) Sistem pembayaran tagihan elektronik tradisional

Dalam sistem ini, pembayar mengirimkan instruksi elektronik ke bank pembayar. Instruksi tersebut secara detail merinci siapa yang akan dibayar, kapan pembayaran harus dilakukan, dan berapa jumlah yang

harus dibayar. Pembayaran dapat dilakukan dengan pos ataupun dengan cara elektronik.

2) Sistem kartu kredit tradisional

Dalam sistem ini, pembayar mengirim nomor kredit ke server yang aman. Secure server adalah server yang memproteksi jaringan komunikasi antara client dengan server dengan cara mengenkripsi informasi. Pihak yang dibayar akan mengkonsumsi informasi kartu kredit tersebut ke bank atau penagihan, melalui jaringan kartu kredit yang aman.

3) Sistem *secure electronic transaction* (SET)

Set merupakan protokol yang dibuat oleh MasterCard dan visa sebagai sarana pembayaran elektronik bagi konsumen di internet. Sistem MasterCard / visa bekerja sama dengan Web browser internet dan electronic wallet (dompet elektronik). Dompet elektronik menyimpan enkripsi informasi kartu kredit dan sertifikat digital. Sertifikat digital adalah satu kartu elektronik yang serupa dengan lisensi mengemudi, passport, atau keanggotaan yang berfungsi sebagai sarana untuk mengevaluasi keabsahan identitas.

Metode pembayaran di internet menurut onno *online* (2000) terdapat 5 mekanisme yaitu:

- 1) Transaksi model ATM , yang menyangkut hanya *institusi finansial* dan pemegang *account* yang akan melakukan pengambilan atau mendeposit uangnya dari account masing masing.

- 2) Pembayaran dua pihak tanpa perantara, transaksi dilakukan secara langsung antara dua pihak tanpa perantara menggunakan uang nasionalnya.
- 3) Pembayaran dengan pihak ketiga umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun check masuk dalam katagori.
- 4) *Micropayment* adalah pembayaran untuk uang recehan yang kecil kecil. Mekanisme micropayment ini penting dikembangkan karena sangat diperlukan pembayran receh yang kecil tanpa overhead transaksi yang tinggi.
- 5) *Anonymous digital cash*, uang elektronik yang di enkripsi didahului oleh *David Chaum* dengan *digicash*(<http://www.digicash.com>). Uang elektronik menjamin privacy dari user cash tetap terjamin sama seperti uang kertas mauppun coin yang sudah kita kenal.
- 6) Untuk pembayran, *e-commerce* menyediakan banyak alternatif, caranya adalah dengan terlebih dahulu mendaftar sebagai customer pada web tersebut. Pembeli yang telah mempunyai kartu kredit dapat menggunakan kartu tersebut untuk pembayran.

Berdasarkan pendapat yang telah diuraikan dapat disimpulkan bahwa proses dalam pembayaran *e-commerce* adalah melalui perantara jasa perbankan atau lembaga keuangan lainnya yaitu via transfer melalui ATM atau kartu kredit.

e. Jenis *e-commerce*

Menurut Raymond dan George (2009:60) secara umum *e-commerce* dapat diartikan menjadi dua jenis yaitu: *business to business* (B2B) dan *business to customer* (B2C). *Business to business* (B2B) adalah sistem komunikasi bisnis online antar pelaku bisnis, sedangkan *Business to Customer* (B2C) merupakan mekanisme toko online (*elektronik shopping mall*), yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer*.

Dalam *business to business* pada umumnya transaksi dilakukan oleh para trading partners yang sudah ada dan saling kenal dengan format data yang telah disepakati bersama. Sedangkan dalam *business to customer* sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengaksesnya melalui *suatuweb server*.

f. Manfaat *e-commerce*

Secara umumnya, *e-commerce* merupakan aktivitas perdagangan melalui media internet, dari informasi yang didapat, menurut Suryani (2008) online manfaat atau keuntungan yang dihasilkannya. antara lain:

Manfaat *e-commerce* bagi konsumen :

- 1) *E-commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi lain selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi.
- 2) *Elektronik commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan mereka bisa memilih produk dari banyak vendor.

- 3) *Elektronik commerce* menyediakan produk produk jual yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
- 4) Dalam beberapa kasus khususnya pada produk produk yang menjadikan pengiriman menjadi sangat cepat.
- 5) Pelanggan bisa menerima informasi relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.
- 6) *Elektronik commerce* memungkinkan partisipasi dalam pelanggan maya (*virtual auction*).
- 7) *Elektronik commerce* memberi tempat bagi para pelanggan untuk berinteraksi dengan pelanggan lain di elektronik community dan bertukar pikiran serta berbagi pengalaman.
- 8) *Elektronik commerce* memudahkan persaingan yang pada akhirnya akan menghasilkan diskon secara substansial.

Manfaat *e-commerce* bagi masyarakat:

- 1) *E-commerce* memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak banyak keluar untuk berbelanja, akibatnya ini akan menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
- 2) *E-commerce* memungkinkan sejumlah barang dagang dijual dengan harga lebih rendah, sehingga orang yang kurang mampu bisa membeli lebih banyak dan meningkatkan taraf hidup mereka.

Manfaat *e-commerce* bagi bisnis:

- 1) Perusahaan perusahaan dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia, oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka sama saja meningkatkan keuntungan.
- 2) *E-commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan, sebuah perusahaan yang melakukan bisnis akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer services*). Jika dibandingkan dengan jenis bisnis teradisional menurut wiwid *online* (2009) jika dibandingkan secara ringkas manfaat atau keuntungan *e-commerce* tersebut adalah sebagai berikut:
 - Bagi konsumen : harga lebih murah belanja cukup dan tidak perlu keluar rumah.
 - Bagi pengelola bisnis : lebih efisiensi, tanpa kesalahan dan cepat.
 - Bagi manajemen : peningkatan pendapatan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan diatas, maka keunggulan *e-commerce* adalah dapat melakukan kegiatan usaha tanpa waktu dan jarak, meminimalisirkan kesalahan dalam pemrosesan dan pelayanan yang cepat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung dan dapat meminimalisirkan biaya tenaga kerja dan operasional.

g. Pendukung Kegiatan e-commerce

Menurut O'Brain (2006:377) ada empat pendukung kegiatan.

e-commerce adalah sebagai berikut:

1) Teknologi informasi

Teknologi yang berperan dan mendukung *e-commerce* adalah teknologi komputerisasi. komputer adalah alat untuk mengelola data menurut prosedur kegiatan jual beli. Untuk menunjang kegiatan *e-commerce* agar sesuai dengan yang diharapkan teknologi komputerisasi yang digunakan harus berkemampuan tinggi.

2) Internet

Internet yang digunakan untuk perdagangan *e-commerce* (*online*) yaitu internet dengan akses yang berkecepatan tinggi.

3) *E-mail*

Penggunaan *e-mail* untuk dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi antara pihak penjual dan pihak pembeli. *E-mail* disini berfungsi sebagai sarana yang menghubungkan antara dua orang atau lebih untuk berkomunikasi langsung melalui media internet.

4) *Website*

Situs web yang digunakan dalam transaksi *e-commerce* harus memenuhi syarat serta sesuai dengan standar perdagangan online.

Untuk melakukan kegiatan *e-commerce* perusahaan membutuhkan pendukung untuk melakukan kegiatan tersebut seperti teknologi informasi, *internet*, *e-mail*, dan *website*.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:16) jenis penelitian berdasarkan tingkat eksplantasinya terdiri dari :

1. Penelitian Deskriptif

Penelitian Deskriptif yaitu penelitian yang digunakan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain.

2. Penelitian Komperatif

Penelitian Komperatif yaitu penelitian yang bersifat membandingkan, yang variabelnya masih sama dengan penelitian variabel mandiri tetapi yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda.

3. Penelitian Asosiatif

Penelitian Asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih.

Pada penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah berdasarkan tingkat eksplansinya yaitu jenis penelitian deskriptif atau penelitian *E-Commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide.

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian yang akan digunakan oleh peneliti adalah PT. Dwidaya Worldwide – Mall Palembang Icon Lt. 2 No. 57 Jl. POM 1X Rt 30 Rw 09, lorok pakjo Kec Ilir Barat 1 Palembang 30137. Tlp. 0711 - 564 9458, fax. 0711 – 564 9459.

C. Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel adalah suatu definisi yang diberikan pada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikasikan bagaimana variabel atau kegiatan tersebut diukur, adapun variabel dan indikator yang diuraikan sebagai berikut:

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Pendapatan sebelum <i>E-commerce</i>	Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.	1. Pendapatan penjualan manual 2008 - 2009
Pendapatan sesudah <i>E-Commerce</i>	<i>E-Commerce</i> merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunikasi melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik.	1. Pendapatan secara e-commerce 2011 - 2015 2. Teknologi Informasi 3. Internet 4. E-Mail 5. Website

Sumber : penulis 2016

1) Interview (wawancara)

Interview (wawancara) adalah teknik pengumpulan data dalam metode survey yang menggunakan pernyataan secara lisan kepada subjek penelitian.

2) Kuesioner (angket)

Kuesioner (angket) adalah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan cara memberikan seperangkat atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya.

3) Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.

4) Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen ini bisa berbentuk tulisan, gambar, tabel, laporan kegiatan, data yang relevan.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi. Dokumentasi yakni melalui pencatatan dan fotocopy data yang diperlukan, seperti fotocopy laporan pendapatan penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide 2008-2015.

F. Analisis Data dan Teknik analisis

1) Analisis Data

Sugiyono (2013: 13-34) metode analisis data dalam penelitian dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu:

a) Analisis Kualitatif

adalah suatu metode analisis data yang diukur dengan cara memberikan penjelasan dalam bentuk kata-kata atau dalam bentuk kalimat.

b) Analisis Kuantitatif

adalah suatu metode analisis data yang diukur dalam skala numerik (angka).

Metode analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu dengan menjelaskan atau menguraikan menggunakan aplikasi *e-commerce* yang berkaitan dengan objek penelitian.

2) Teknik Analisis

Teknik analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menyajikan uraian penjelasan mengenai pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *E-Commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Gambaran umum tempat penelitian

a. Sejarah singkat PT. Dwidaya worldwide palembang

Ezytravel.co.id adalah situs agen perjalanan online (*Online Travel Agent*) milik perusahaan teknologi PT. Dwidaya Indo Exchange (group perusahaan Dwidaya Tour) dengan layanan pemesanan tiket pesawat, hotel, kapal pesiar, tur, dokumen perjalanan dan asuransi perjalanan. *Ezytravel.co.id* memiliki basis operasional yang berada di Jakarta, Indonesia. *Ezytravel* didirikan pada tahun 2008. oleh Eric Tjetjep Wai Kin. Pada awalnya *Ezytravel* didirikan hanya sebagai hobi saja karena Eric Tjetjep Wai Kin juga memiliki bisnis travel keluarga yaitu Dwidaya Tour yang sudah 58 tahun berdiri. Namun, pada saat pendirian *Ezytravel* tahun 2008, Eric Tjetjep Wai Kin mengamati bahwa masyarakat Indonesia belum siap dengan kehadiran bisnis travel secara online sehingga *Ezytravel* terpaksa ditutup pada tahun 2009.

Pada tanggal 23 September 2011, Eric Tjetjep Wai Kin memulai kembali *Ezytravel* setelah mengamati bahwa masyarakat Indonesia sudah lebih menerima konsep bisnis online, dengan banyak sekali perubahan dan perbaikan antara lain dengan penambahan karyawan sebanyak lebih dari 50 orang.

Pada tahun 2014, *Ezytravel* melakukan transformasi menjadi perusahaan teknologi dengan fokus di bidang *Online Travel Agent* (OTA) konsep *One Stop Shopping*. Pada bulan April 2015, *Ezytravel* melakukan rebranding dengan mengganti logo, *tagline*, desain *website* dengan *web site indonesia ezytravel.co.id* dan segala atribut perusahaan. Logo baru berupa pesawat kertas menggambarkan kemudahan bepergian dan harga yang ringan, sedangkan *cursor mouse* yang dikustomisasi menggambarkan kemudahan dalam dunia online.

Ezytravel.co.id menawarkan produk dan layanan meliputi :

- Tiket Pesawat Domestik
- Tiket Pesawat Internasional
- Hotel Dalam Negeri
- Hotel Luar Negeri
- Paket Wisata
- Perjalanan Kapal Pesiar
- Tour
- Pengurusan Dokumen Perjalanan (seperti : Visa, Paspor,dll)
- Asuransi Perjalanan

b. Visi dan misi perusahaan PT. Dwidaya Worldwide

- Visi perusahaan :

Menjadi perusahaan *tour & travel* terkemuka baik domestik maupun internasional.

- Misi perusahaan :

Menyediakan pengelolaan perjalanan global yang berkualitas bagi Pelanggan lokal maupun multinasional melalui kombinasi unik dari pelayanan lokal dan internasional yang terbaik serta dengan teknologi muktahir atau modern.

c. Strategi perusahaan

Semakin ketatnya persaingan bisnis tour & travel membuat PT. Dwidaya Worldwide melakukan strategi-strategi khusus, agar dapat bersaing baik dengan *tour & travel* yang semakin banyak menjadi pesaing perusahaan.

Berikut ini strategi-strategi yang digunakan PT. Dwidaya Worldwide :

1) Pengembangan pada jaringan pemasaran

Pengembangan jaringan dilakukan dengan cara membuka lebih banyak kantor-kantor cabang serta melakukan kerja sama dengan *tour & travel* internasional. PT.Dwidaya Worldwide ini sekarang telah memiliki 10 kantor cabang dan terus dikembangkan dengan membuka kantor cabang di daerah potensial pariwisata.

2) Diferensiasi paket wisata

PT. Dwidaya Worldwide selalu mencoba menghadirkan paket – paket wisata kedaerah – daerah yang menarik. Menghadirkan paket – paket wisata murah dan terjangkau bagi masyarakat.

3) Melakukan promosi

PT. Dwidaya Worldwide melakukan banyak promosi baik melalui media cetak dan elektronik, sehingga paket-paket wisata yang ditawarkan dapat sampai pada pelanggan.

4) Memanjakan pelanggan

PT. Dwidaya Worldwide memanjakan pelanggan dengan melakukan pengiriman Brosur brosur paket wisata langsung ke rumah masing masing pelanggan dengan melakukan kerjasama dengan *TIKI* dalam hal pengiriman tersebut .

PT. Dwidaya Worldwide telah dikenal sebagai salah satu *tour & travel* terbaik. Dengan pengalaman jaringan yang luas. PT. Dwidaya Worldwide mengembangkan usahanya dengan penjual paket *tour* yang menarik bagi pelanggan. Serta perencanaan *tour* yang sangat terkenal bagi para pelanggan. Pelayanan yang memadai sangat dijunjung tinggi oleh PT. Dwidaya Worldwide, karena kepuasan pelanggan merupakan suatu nilai positif bagi perusahaan. Untuk pengembangan usaha maka PT. Dwidaya Worldwide melakukan pembukaan cabang-cabang baru di berbagai daerah. Dalam pencapaian profit PT. Dwidaya Worldwide melakukan restrukturisasi perusahaan yang didukung semua komponen perusahaan dalam spesialis biaya, pengembangan investasi serta pula memusatkan juga pada manajemen pengeluaran.

d. Kegiatan perusahaan

PT. Dwidaya worldwide adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang penjualan :

- ✓ Tiket pesawat domestik
- ✓ Tiket pesawat internasional
- ✓ Hotel dalam negeri
- ✓ Hotel luar negeri
- ✓ Paket wisata
- ✓ Perjalanan kapal pesiar
- ✓ Tur
- ✓ Pengurusan dokumen perjalanan (seperti visa, paspor dll)
- ✓ Asuransi perjalanan

Hasil dari pendapatan penjualan jasa menjadi pendapatan utama bagi perusahaan. Saat ini P T. Dwidaya worldwide berkerja sama dengan berbagai maskapai penerbangan, hotel dalam negeri maupun luar negeri, paket wisata, perjalanan kapal pesiar, pengurusan dokumen, serta asuransi perjalanan dan lain-lain.

e. Struktur Organisasi

f. Pembagian tugas

Struktur organisasi PT. Dwidaya Worlwide merupakan struktur organisasi fungsional dimana pembagian tugas masing – masing bagian dalam perusahaan adalah sebagai berikut :

1) Chairman

Merupakan pemilik dari PT. Dwidaya Worldwide.

- *Secretary* Menjalankan fungsi sebagai pembantu dari tugas – tugas *chairman* yang bertanggung jawab langsung kepada *chairman*.

2) CEO

Menjalankan bisnis perusahaan seperti sales, marketing dan perorganisasian perusahaan.

- *Secretary* Menjalankan fungsi sebagai pembantu dari tugas – tugas *CEO* yang bertanggung jawab langsung kepada *CEO*.
- *Internal Auditor* Melakukan audit terhadap perusahaan tersebut.

3) Managing Director

Menjalankan fungsi pada bagian opsional perusahaan diluar keuangan.

- *Secretary* Menjalankan fungsi sebagai pembantu dari tugas – tugas *Managing Director* yang bertanggung jawab langsung kepada *Managing Director*.

4) Ticketing Manager

Menjalankan fungsi pada pengaturan penjualan tiket.

- *Ticketing Supervisor* Membantu *Ticketing Manager* dalam pengaturan penjualan tiket tersebut.

- *Team Leader* Membantu *Ticketing Supervisor* dalam menjalankan tugas serta menjadi pimpinan beberapa staf.
- *Ticketing staff* Bertugas dalam memasarkan tiket, serta membantu tugas dari *Team Leader*.

5) *Branch Manager*

Menjalankan fungsi sebagai pimpinan dari cabang-cabang yang ada.

- *Ticketing staff* Menjalankan fungsi sebagai penjual tiket pada cabang-cabang.
- *Tour staff* Membantu tugas *Branch Manager* dalam memasarkan tour pada cabang-cabang.
- *Cashier* Menjalankan fungsi sebagai tempat untuk pembayaran tiap penjualan tiket.

6) *Dir. of Marketing and Quality Control*

Menjalankan fungsi sebagai control terhadap sales manager.

- *Promotion & Graphic Design* Menjalankan fungsi sebagai pendesign suatu iklan untuk dimasukkan kedalam media cetak.
- *Corporate TM Sales Supervisor* Menjalankan fungsi untuk menangani perusahaan – perusahaan yang mau berkerjasama.
- *Corporate TM Sales Executive* Menjalankan fungsi sebagai pembantu *Corporate TM Sales Supervisor* dalam mencari perusahaan untuk bekerjasama.

7) *MCE Manager*

Menjalankan fungsi untuk menangani tour insentif.

- *MCE Staff* Menjalankan fungsi membantu MCE Manager dalam mencari pelanggan untuk tour insentif tersebut.

8) *Tour Manager*

Menjalankan fungsi untuk segala macam yang berhubungan dengan tour.

- *Tour Coordinator Australia & Asia* Menjalankan fungsi untuk menangani tour untuk bagian Australia dan Asia.
- *Tour Coordinator America, Europe and Africa* Menjalankan fungsi untuk menangani tour untuk bagian America, Europe dan Africa.
- *Tour Coordinator China* Menjalankan fungsi untuk menangani tour untuk bagian China.
- *Tour Supervisor Domestic Tour* Menjalankan fungsi untuk menangani tour untuk bagian dalam negeri.
- *Op. Supervisor Hotel Products* Menjalankan fungsi sebagai bagian yang berhubungan dengan hotel-hotel yang akan dilakukan kerjasama dalam suatu perjalanan tour.
- *Hotel Staff* Menjalankan fungsi untuk membantu *Op. Supervisor Hotel Products* dalam mencari hotel maupun dalam melakukan kerjasama.

9) *HRD Manager*

Menjalankan fungsi untuk menangani pada bagian personalia perusahaan.

- *Personal Supervisor* Menjalankan fungsi untuk membantu *HRD Manager* untuk menangani bagian personalia.

10) *Travel Doc. Supervisor*

Menjalankan fungsi untuk menangani bagian dokumen tour pada perusahaan.

- *Travel Doc. Staff* Menjalankan fungsi untuk membantu *Travel Doc. Supervisor* dalam menangani dokumen tersebut. CEO langsung membawahi *Chief Accounting, Finance Manager, EDP Supervisor.* Dan *GA & Purchasing* dilihat pada berikut ini :

1) *Chief Accounting*

Menjalankan fungsi sebagai pimpinan dari bagian accounting.

- *A/R Controller* Menjalankan fungsi untuk membantu *Chief Accounting* dalam melakukan control pada bagian accounting.
- *Acc Supervisor* Menjalankan fungsi untuk membantu *Chief Accounting* dan menjadi pimpinan dari *Refund & CN Controller dan Accounting Staff.*
- *Refund & CN Controller* Menjalankan fungsi untuk pengembalian uang bila ada pelanggan yang membatalkan perjalanannya.
- *Accounting Staff* Menjalankan fungsi untuk accounting pada perusahaan.

2) *Finance Manager*

3) Menjalankan fungsi sebagai pimpinan untuk bagian keuangan perusahaan.

- *Payment Controller* Menjalankan fungsi untuk membantu *Finance Manager* dalam kontrol terhadap pembayaran.
- *Cashiers* Menjalankan fungsi untuk menangani bagian pembayaran pada bagian keuangan.

4) *EDP Supervisor*

Menjalankan fungsi sebagai pimpinan pada divisi TI perusahaan.

5) *GA & Purchasing*

Menjalankan fungsi untuk menangani dalam pembelian barang - barang bagi perusahaan.

- *GA Staff* Menjalankan fungsi untuk membantu *GA & Purchasing* dalam melakukan pembelian barang – barang bagi perusahaan.

2. Data Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide Palembang

a. Pendapatan sebelum menggunakan *e-commerce*

Tabel IV.2
PT. Dwidaya Worldwide
Daftar Pendapatan Penjualan Menggunakan
Aplikasi Penjualan *E-Commerce*
Tahun 2008 – 2015

No	Tahun	Pendapatan	Persentase
1	2008	3.161.600.000	-
2	2009	2.584.500.000	-18,25 %
3	2011	3.522.384.000	35,9 %
4	2012	4.970.867.000	41,12 %
5	2013	9.236.700.000	85,81 %
6	2014	10.081.000.000	9,14 %
7	2015	15.104.150.000	49,82 %

Sumber : *PT. Dwidaya Worldwide*

Perusahaan PT. Dwidaya Worldwide Palembang pada tahun 2008 sampai dengan tahun 2009 masih menggunakan sistem penjualan manual atau belum menggunakan aplikasi penjualan *e-commerce*, dapat dilihat dari tabel diatas. PT. Dwidaya Worldwide pada tahun 2008 sebesar 3.161.600.000, sedangkan pada tahun 2009 jumlah pendapatan PT. Dwidaya Worldwide sebesar 2.584.500.000 dalam persentase sebesar -18,25%. Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide 2008-2009 mengalami penurunan pendapatan yang sangat buruk, sehingga perusahaan PT. Dwidaya worldwide mengalami masalah dalam pendapatan serta penjualan.

Pada tahun 2010 perusahaan memutuskan untuk menutup kegiatan perusahaan PT. Dwidaya Worldwide. Perusahaan mengalami besarnya pengeluaran dibanding dengan pendapatan sehingga tidak

mampu untuk bersaing dengan perusahaan yang sudah memiliki sistem penjualan yang baik serta kurang baiknya relasi kerjasama.

1) Sistem penjualan Manual PT. Dwidaya Worldwide

Sistem penjualan PT. Dwidaya Worldwide sebelum menggunakan sistem aplikasi e-commerce atau manual dengan cara datang langsung ke kantor penjualan atau melakukan via telepon. Pihak manajemen melakukan penyebaran berosur atau liflat tentang PT. Dwidaya Worldwide yang disebar di tempat-tempat pusat keramaian atau lampu merah yang ada di kota Palembang sehingga informasi tentang promo dan paket dapat diketahui oleh banyak orang. Hanya daerah kota Palembang yang bisa dibagikan tentang brosur dan liflat PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

b. Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide setelah menggunakan aplikasi penjualan *e-commerce*

Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide setelah menggunakan aplikasi penjualan e-commerce mengalami peningkatan yang cukup baik, dilihat dari tabel di lembar sebelumnya pada tahun pertama penerapan aplikasi penjualan e-commerce tahun 2011 sebesar 35,9%, tahun 2012 pendapatan sebesar 41,12%, tahun 2013 sebesar 85,81%, tahun 2014 pendapatan sebesar 9,14% dan pada tahun 2015 pendapatan sebesar 49,82%. Perusahaan mengalami peningkatan penjualan dan peningkatan pendapatan yang cukup baik.

1) Sistem penjualan *e-commerce* PT. Dwidaya Worldwide

PT. Dwidaya Worldwide telah melakukan suatu bentuk perdagangan *e-commerce* yang diselenggarakan melalui media internet secara online karena melihat perkembangan teknologi informasi yang semakin menunjukkan gejala kehidupan era digital disertai perkembangan yang secara global (menyeluruh) secara otomatis persaingan bisnis akan meningkat.

Untuk memasuki iklim persaingan bisnis yang semakin ketat maka sistem dan strategi perusahaan harus ditingkatkan, maka sistem yang biasa menghubungkan semua fungsi adalah pilihan yang tepat untuk memasuki persaingan bisnis secara global.

Sistem penjualan *e-commerce* tanpa didukung sistem yang mapan dikhawatirkan akan mengalami beberapa kelauman jika terjadi peningkatan penjualan yang tinggi. Semua fungsi yang terlibat akan kesulitan untuk memproses semua transaksi yang berlangsung cepat. Untuk menjaga kesetiaan para pelanggan tentunya perusahaan harus memberikan pelayanan yang cepat, akurat, relevan, dan dapat dipertanggung jawabkan.

Perusahaan melakukan sistem penjualan *e-commerce* untuk dapat mencapai perbaikan organisasi secara keseluruhan. *E-commerce* merupakan sarana pendukung yang kuat sehingga dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, seperti dalam pencapaian pendapatan perusahaan. Dimana *e-commerce* membantu perusahaan

dalam pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan yang dapat meningkatkan pendapatan perusahaan melalui sistem penjualan yang baik perusahaan dapat mencapai konsumen secara global.

Sistem penjualan tiket pesawat, tiket hotel, tiket kapal pesiar sudah menggunakan sistem online, dimana pelanggan dapat memesan tiket secara langsung maupun secara online dengan cara mengunjungi website perusahaan. Selain itu untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan PT. Dwidaya Worldwide juga menggunakan sistem online dalam penghubungan pemesanan tiket dari pihak perusahaan kepada pihak maskapai, pihak hotel dan pihak kapal pesiar.

Pelaksanaan sistem penjualan *e-commerce* yang diselenggarakan PT. Dwidaya Worldwide Palembang terdiri dari beberapa proses yaitu :

a. Adanya teknologi informasi

Bagian teknologi informasi Development merupakan divisi TI pada PT. Dwidaya Worldwide yang dapat memberikan kontribusi yang besar dalam perkembangan perusahaan dengan melakukan pengembangan jaringan organisasi dan melakukan pengembangan aplikasi. Karena sekarang ini hubungan antara kantor pusat dengan para cabang dilakukan dengan *dial-up* modem. Maka sekarang dikembangkan dengan *WAN*. Dengan memakai *WAN* bukan hanya mengurangi biaya tetapi juga kecepatan yang lebih tinggi dan mengurangi resiko dari gangguan-gangguan.

Visi divisi Teknologi informasi

Menjadi divisi yang memberikan kontribusi penting bagi perusahaan.

Misi divisi Teknologi informasi

Menyediakan sistem informasi yang terintegrasi antar kantor pusat dan kantor cabang.

Strategi divisi Teknologi informasi

- ✓ Melakukan pengembangan jaringan agar jaringan yang ada dapat lebih luas jangkauannya.
- ✓ Melakukan pelatihan - pelatihan bagi divisi teknologi informasi.
- ✓ Memberikan solusi yang lebih baik bagi perusahaan tentang Bagaimana pemanfaatan teknologi yang ada.

b. Internet

Penjualan tiket *On-Line* meliputi pembelian tiket pelanggan dari tempat masing-masing dengan menggunakan internet melalui komputer atau dengan menggunakan handphone android. internet bukan hal yang baru bagi sebagian besar masyarakat, internet merupakan jaringan yang dapat menghubungkan antara pemesan dan penjual melalui internet tanpa datang langsung ke lokasi penjualan. Penggunaan internet yang baik jika didukung dengan sinyal provider yang cukup baik dan memiliki kecepatan yang tinggi untuk menghubungkan ke jaringan internet agar proses bisnis berjalan lancar. Internet tidak menggunakan biaya ongkos yang besar biaya internet relatif kecil dan dapat terjangkau oleh banyak pengguna internet

maskapai penerbangan, pihak hotel, serta pihak pihak yang terkait, untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat.

d. Adanya situs *website* perusahaan

Situs web perusahaan merupakan syarat wajib untuk menyelenggarakan kegiatan *e-commerce*. Dengan adanya situs web maka para pelanggan atau calon pelanggan bisa mengetahui bahwa perusahaan menyelenggarakan penjualan secara online melalui internet, yang selanjutnya disebut dengan perdagangan melalui media elektronik (*E-commerce*).

Situs web merupakan tampilan suatu perusahaan dimana didalamnya memuat berbagai macam tiket. Website harus dimuat dengan tampilan yang menarik serta memuat beraneka ragam produk agar bisa membuat pengunjung dari situs website menjadi tertarik dengan penawaran tiket yang ditawarkan oleh perusahaan. Situs web juga menampilkan harga dari jenis tiket dan tujuan tur perjalanan, serta situs web juga menampilkan promosi promosi perusahaan yang selalu berubah ubah program promosinya.

Situs web yang dapat diakses untuk untuk mengunjungi PT. Dwidaya Worldwide Palembang adalah <http://www.ezytravel.co.id>. Pada situs web PT. Dwidaya Worldwide kita dapat melihat berbagai penawaran produk perusahaan tiket pesawat penerbangan dalam negeri maupun luar negeri hotel dan paket wisata yang lainnya. Agar memudahkan pelanggan dalam mengetahui harga produk perusahaan

serta program promosi promosi pihak perusahaan menampilkan di dalam websitenya.

Melalui penyelenggaraan perdagangan secara online diinternet ini PT. Dwidaya Worldwide sekarang lebih dikenal banyak oleh masyarakat dikarenakan internet di era globalisasi ini bukan hanya sekedar media tapi merupakan suatu kebutuhan baik itu dibidang pendidikan, hiburan, dan juga bidang bisnis. Dengan lebih dikenal PT. Dwidaya Worldwide secara otomatis pemasaran pun menjadi luas yang dapat menjangkau para pelanggan dari daerah pelosok yang dapat mengakses melalui internet. Pada situs web ini juga dijelaskan tentang paket promo promo yang terdapat pada PT. Dwidaya Worldwide.

Sebagaimana telah diuraikan pada bagian pendahuluan PT. Dwidaya Worldwide ini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu maskapai penerbangan, hotel dalam negeri maupun luar negeri, paket wisata, perjalanan kapal pesiar, pengurusan dokumen, serta asuransi perjalanan dan lain-lain. PT. Dwidaya Worldwide telah bekerja sama dengan beberapa maskapai penerbangan, hotel, kapal pesiar dalam menjalankan kegiatan perusahaan. Timbulnya pendapatan dibagi menjadi dua kelompok yaitu:

- 1) Penghasilan dari usaha (operating revenue) yaitu penghasilan yang diperoleh perusahaan dikarenakan perusahaan mengadakan kegiatan yang memang merupakan kegiatan perusahaan yang utama atau pokok yang menghasilkan penghasilan atau pendaptan.

- 2) Penghasilan diluar usaha (non operating revenue) yaitu penghasilan yang diperoleh perusahaan akibat kegiatan atau operasi perusahaan diluar kegiatan utama perusahaan. Jadi penghasilan ini timbul bukan dari kegiatan utama atau kegiatan pokok perusahaan tetapi dari kegiatan sampingan perusahaan atau kegiatan yang berbeda dari usaha pokok perusahaan.

Pendapatan operasi adalah pendapatan yang diperoleh perusahaan dari kegiatan utama atau yang menjadi tujuan utama perusahaan, namun pendapatan operasi ini dipengaruhi oleh jenis perusahaan. Untuk perusahaan jasa nama pendapatan yang bergerak dalam bidang jasa angkutan akan menamakan dengan pendapatan angkutan. Untuk perusahaan perdangan atau manufaktur yang memperoleh pendatannya dari menjual barang atau produk pendaptan opsersinya disebut dengan penjualan (*seles revenue*).

Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide adalah pendapatan operasi perusahaan (penjualan jasa) yang didapat dari fee (komisi) penjualan tiket pesawat, tiket hotel, tiket kapal pesiar dan laini-lain. Besarnya pendaptan perolehan komisi dari tiap tiket tergantung dari kebijakan pihak management yang bekerja sama dengan perusahaan maskapai penerbangan, perusahaan hotel, perusahaan kapal pesiar dan lain-lain.

E-tiket telah diterapkan seiring dengan pelaksanaan kegiatan penjualan tiket perusahaan, sejak dari tahun 2011 PT. Dwidaya Worldwide ini telah menerapkan sistem *e-tiket* dimana untuk lebih

memudahkan pelanggan ataupun perusahaan dalam melaksanakan kegiatan penjualan tiket. Berikut tampilan tiket penerbangan PT. Dwidaya Worldwide Palembang

E-tiket

Gambar IV.3



Lion Air eTicket Itinerary / Receipt

This is an eTicket Itinerary. To enter the airport and for check-in, you must present this itinerary receipt along with Official Government issued photo identification such as passport, identity card or Indonesians KTP.

Booking Details

Booking Reference (PNR): EYEFK Purchased From: Pt Dwidaya Worldwide
 Itinerary Reference: ID*GJKYP
 Issue Date: Tuesday, 26 Apr, 2016

Passenger Details

1.	Fernedy/Fernedy Mr	9902189098767	
----	--------------------	---------------	--

Itinerary Details

Flight ID	Depart	Arrive	Stops	Class	Fare Basis	Status
7056	Palembang (PLM) 26 Apr 2016 16:20 hrs	Jakarta Halim Perdanakusuma (HLP) 28 Apr 2016 17:25 hrs	0	X	XIDOW	Confirmed

PLM HLP CHECK IN WITH BATIK AIR KEDATANGAN DI HALIM P K
 Operated by batik Air

Fare Details (Includes Base Fare, Taxes, Fees and Surcharges)

Published Fare: IDR 330,000
 Total Taxes: IDR 55,000
 Total Amount: IDR 385,000

5000YR 50000D5 29500D1

Legend: YQ=D - Domestic Surcharge
 YR = IWR or Admin Fee (International Segment)
 00 = Passenger Security Service Charge, OP= Aviation Levy, SG = Passenger Service Charge

Fare Rules

Tour Code

1110JKT000478

Important Notes

- * Please arrive at the airport 90 minutes before the flight for domestic travel and 2 hours for international travel.
- * Check-in closes 45 minutes before departure time.
- * Please be at the gate 30 minutes before departure time.
- * If paid by credit card please note that the credit card used must be presented by the card holder for verification at check-in or you may be denied boarding.
- * Baggage allowance Lion Air Group:
 - Lion Air - Domestic Flight (Business Class 30Kg and Economy Class 20Kg), International Flight (Economy Class 20Kg)
 - Wings Air - Economy Class 10Kg

B. Pembahasan

1. Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu analisis penerapan aplikasi *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide, maka dari data primer yang telah dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara maka gambaran tentang pendapatan sebelum dan sesudah penggunaan aplikasi *e-commerce* dapat dilihat melalui tabel 1.1 dan 1V.2.

Dari perbandingan tabel pendapatan dapat dilihat bahwa sebelum menggunakan sistem *e-commerce* pendapatan perusahaan tahun 2009 pada PT. Dwidaya Worldwide mengalami penurunan pendapatan (mines) sebesar -18,25% , serta pada tahun 2011 yang sudah menggunakan *e-commerce* pendapatan perusahaan PT. Dwidaya Worldwide mengalami peningkatan pendapatan mencapai 35,9% pada tahun 2012 pendapatan perusahaan mencapai 41,12% dan pada tahun 2013 pendaptan perusahaan mencapai 85,81% tahun 2014 pendapatan perusahaan mengalami penurunan 9,14% pendapatan perusahaan di tahun 2015 pendapatan mengalami peningkatan menjadi 49,82%.

a. Analisis pendapatan sebelum penerapan sistem penjualan aplikasi *e-commerce* PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

Sebelum melakukan penerapan aplikasi penjualan *e-commerce* perusahaan PT. Dwidaya Worldwide menggunakan sistem penjualan

manual dalam melakukan transaksi jual beli tiket pesawat, hotel, paket wisata dan lain lain. pada penggunaan sistem manual pelanggan dapat langsung datang ke tempat kantor atau melalui via telepon perusahaan, pendapatan sistem manual tidak mengalami peningkatan bahkan pendapatan mengalami mines pendapatan.

Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide pada tahun yang belum menggunakan *e-commerce* mengalami penurunan pendapatan, pada tahun 2011 awal penerapan *e-commerce* pendapatan perusahaan mengalami peningkatan yang cukup baik. Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide mengalami naik turun pendapatan setelah menggunakan sistem penjualan dengan aplikasi *e-commerce*.

Penurunan pendapatan perusahaan itu disebabkan karena banyaknya perusahaan *tour* yang telah melakukan sistem penjualan dengan aplikasi *e-commerce*. Serta kurang maksimalnya program program promosi yang dilakukan perusahaan sehingga kurang menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi, dan juga pelayanan yang diberikan perusahaan kurang cepat dalam memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, hal ini sangat perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan dikarenakan semakin pesatnya perkembangan persaingan pada perusahaan *tour* agent penerbangan yang mengharuskan perusahaan untuk lebih memperhatikan kebutuhan dari konsumen dan pelanggan.

Perusahaan PT. Dwidaya Worldwide juga tidak melakukan program promosi yang dapat menarik konsumen sebanyak banyaknya. Seperti

Program paket wisata domestik maupun luar negeri yang tidak terdapat di dalam perusahaan. Penjualan secara manual yang datang langsung ke kantor juga membuat konsumen lesu karena jarak yang cukup jauh dari tempat tinggal konsumen. Pelanggan PT. Dwidaya Worldwide banyak yang berasal dari dalam kota Palembang yang dekat dari kantor perusahaan.

2. Analisis pendapatan sesudah penerapan sistem penjualan aplikasi *e-commerce* PT. Dwidaya Worldwide Palembang.

Pendapatan (revenue) adalah jumlah yang dibebankan kepada pelanggan untuk barang dan jasa yang timbul, pendapatan dapat juga didefinisikan sebagai bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari pelanggan) yang berasal dari jasa yang dijual.

Tahun awal penerapan penjualan dengan aplikasi *e-commerce* pendapatan pada tahun 2011 mencapai 35,9%, tahun 2012 pendapatan sebesar 41,12%, tahun 2013 pendapatan meningkat 85,81%, tahun 2014 pendapatan 9,14%, ditahun 2015 pendapatan sebesar 49,82%. Pendapatan mengalami peningkatan yang cukup baik, tetapi pada tahun ke empat penggunaan *e-commerce* mengalami penurunan pendapatan. Jika perusahaan memaksimalkan penggunaan *e-commerce* pada penjualan perusahaan dapat meningkatkan pendapatan dikarenakan keunggulan atau manfaat yang didapat dari penggunaan sistem ini sangat memiliki manfaat banyak, keunggulan dari sistem aplikasi *e-commerce* yaitu:

- Bagi konsumen : harga barang lebih murah, belanja cukup satu tempat.
- Bagi pengelola bisnis : lebih efisiensi, tanpa kesalahan dan tepat waktu.
- Bagi manajemen : peningkatan pendapatan serta loyalitas pelanggan.

e-commerce adalah suatu kegiatan jual beli melalui perantara media internet elektronik. Media yang berperan penting dalam kegiatan *e-commerce* adalah internet. Untuk dapat mengakses internet dibutuhkan media pendukung yaitu komputer dan handphone android.

Kegiatan *e-commerce* yang diselenggarakan PT. Dwidaya Worldwide didukung oleh *software* yang berfungsi menghubungkan fungsi yang ada, saat ini fungsi yang terkait dalam sistem penjualan *e-commerce* PT. Dwidaya Worldwide adalah fungsi penjualan dimana sistem yang ada terhubung dengan website perusahaan serta terhubung juga dengan maskapai pesawat, hotel serta, kapal pesiar guna mempermudah dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan yang bergerak dalam penjualan tiket serta pemesanan tiket oleh pelanggan.

selanjutnya berdasarkan analisa yang dilakukan penulis akan menguraikan beberapa pendukung kegiatan *e-commerce* adalah sebagai berikut :

a. Adanya teknologi informasi

Bagian teknologi informasi Development merupakan divisi TI pada PT. Dwidaya Worldwide yang dapat memberikan kontribusi yang besar dalam perkembangan perusahaan dengan melakukan

pengembangan jaringan organisasi dan melakukan pengembangan aplikasi. Karena sekarang ini hubungan antara kantor pusat dengan para cabang dilakukan dengan *dial-up* modem. Maka sekarang dikembangkan dengan *WAN*. Dengan memakai *WAN* bukan hanya mengurangi biaya tetapi juga kecepatan yang lebih tinggi dan mengurangi resiko dari gangguan-gangguan.

Visi divisi Teknologi informasi

Menjadi divisi yang memberikan kontribusi penting bagi perusahaan.

Misi divisi Teknologi informasi

Menyediakan sistem informasi yang terintegrasi antar kantor pusat dan kantor cabang.

Strategi divisi Teknologi informasi

- ✓ Melakukan pengembangan jaringan agar jaringan yang ada dapat lebih luas jangkauannya.
- ✓ Melakukan pelatihan - pelatihan bagi divisi teknologi informasi.
- ✓ Memberikan solusi yang lebih baik bagi perusahaan tentang Bagaimana pemanfaatan teknologi yang ada.

b. Website

website yang digunakan untuk perdagangan online (*e-commerce*) yaitu dengan website yang memiliki tampilan login dalam pemesanan tiket pesawat tiket wisata dan lain lain. Jika website

digunakan dalam proses pesanan maka para pelanggan akan terbantu karena tidak melewati jarak tempuh yang jauh. Website yang digunakan perusahaan adalah website <http://www.ezytravel.co.id> pada situs perusahaan kita dapat melihat berbagai penawaran dan paket wisata luar negeri maupun domestik. Paket paket wisata ditampilkan diwebsite dengan harapan para pelanggan dapat mengetahui secara langsung dari perusahaan PT. Dwidaya Worldwide Palembang. internet digunakan dengan kecepatan rendah, maka masalah yang ditimbulkan adalah akses internet yang lambat dan terputus putus. Hal ini membuat proses *e-commerce* menjadi terganggu..

c. *E-mail*

Penggunaan *e-mail* untuk dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi antara pihak penjual dan pembeli. *E-mail* disini berfungsi sarana yang menghubungkan antara dua orang atau lebih untuk berkomunikasi secara langsung melalui media internet. Karena adanya *e-mail* antara fungsi penjual dan pihak pembeli dapat saling berkomunikasi secara langsung melalui kolom yang disediakan website perusahaan.

PT. Dwidaya Worldwide menggunakan *e-mail* untuk dapat berkomunikasi dengan customer dalam kegiatan pemesanan tiket oleh customer. *E-mail* yang digunakan pada perusahaan ini adalah dwidaya@dwidayatravel.com pada situs website PT. Dwidaya Worldwide kita dapat melihat harga tiket baik pesawat atau yang lain.

Untuk mengetahui harga tiket perusahaan mencantumkan label harga tiket. Untuk melaksanakan kegiatan *e-commerce*, situs web PT. Dwidaya Worldwide telah memenuhi syarat dan sesuai dengan standar perdagangan online. Pada *website* perusahaan dapat dilihat berbagai macam tiket pesawat, tiket hotel, tiket tur wisata disni *website* juga dilampirkan harga harga tiket tersebut. Serta ditampilkan juga tata cara pemesanan tiket diwebsite perusahaan.

d. Internet

Penjualan tiket *On-Line* meliputi pembelian tiket pelanggan dari tempat masing-masing dengan menggunakan website perusahaan melalui komputer atau dengan menggunakan handphone android. internet bukan hal yang baru bagi sebagian besar masyarakat, internet merupakan jaringan yang dapat menghubungkan antara pemesan dan penjual melalui internet tanpa datang langsung kelokasi penjualan. Penggunaan internet yang baik jika didukung dengan sinyal provider yang cukup baik dan memiliki kecepatan yang tinggi untuk menghubungkan ke jaringan internet agar proses bisnis berjalan lancar. Internet tidak menggunakan biaya ongkos yang besar biaya internet relatif kecil dan dapat terjangkau oleh banyak pengguna internet dalam sistem penjualan aplikasi *e-commerce*

Sebelum menggunakan sistem penjualan *e-commerce* pada tahun 2009 pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan bahkan mengalami mines pendapatan -18,25%. Pada tahun pertama

penerapan sistem penjualan aplikasi *e-commerce* pihak perusahaan PT. Dwidaya Worldwide mengalami peningkatan pendapatan pada tahun 2011 sebesar 35,9% dan ketika mengalami penurunan, pendapatan perusahaan masih lebih besar dibandingkan sebelum menggunakan sistem aplikasi penjualan *e-commerce*.

Berkembangnya penggunaan teknologi internet menyebabkan munculnya penggunaan internet mengalami perkembangan yang luar biasa dibidang bisnis. Penggunaan teknologi ini diharapkan memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi tersebut kedalam kegiatan perusahaannya. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan adalah dengan menggunakan sistem aplikasi *e-commerce* untuk memasarkan berbagai macam produk dan jasa.

PT. Dwidaya worldwide banyak menawarkan paket paket wisata domestik maupun luar negeri seperti paket wisata luar negeri P premier holidays, enjoy holiday's bonus asuransi serta mendapatkan diskon sampai IDR 400.000, didalam paket enjoy holiday's terdapat harga harga yang sangat menarik harga best seller dan harga best price.enjoy's travel juga menawarkan free visa. Terdapat juga paket wisata flexi holidays yang menawarkan tiket lebih murah seperti tiket

3D Singapore Extravaganza beli 2 gratis 1 tiket dengan harga yang baik dan mampu bersaing dengan paket paket wisata yang lain.

Seiring berjalannya waktu banyaknya pesaing yaitu pihak perusahaan tour and travel agents penerbangan dikota Palembang yang mulai menerpakan sistem penjualan *e-commerce* dan menggunakan internet, *e-mail* serta *website* sebagai alat untuk menunjang aktivitas perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, maka dalam bab ini akan memberikan simpulan secara singkat serta saran-saran yang diperlukan. Simpulan dari saran merupakan tindakan akhir dari keseluruhan hasil pembahasan agar dapat memberikan pandangan yang positif dan dapat mengarah pada hal-hal yang dianggap masih kurang baik dimasa yang akan datang.

A. Simpulan

Pendapatan penjualan PT. Dwidaya Worldwide sesudah menerapkan aplikasi *e-commerce* mengalami peningkatan pendapatan yang cukup baik. Peningkatan pendapatan penjualan meningkat karena penjualan meluas dengan aplikasi *e-commerce*.

Pendapatan PT. Dwidaya Worldwide Palembang sebelum menerapkan sistem aplikasi penjualan *e-commerce* tahun 2008 sebesar 3.161.600.000 dan tahun 2009 sebesar 2.584.500.000 dalam persentase -18,25% pendapatan mengalami penurunan bahkan pendapatan 2009 lebih kecil dari tahun 2008. Pada tahun 2010 perusahaan PT. Dwidaya Worldwide Palembang menutup kegiatan operasional karena pendapatan lebih kecil dari pengeluaran.

Tahun 2011 perusahaan kembali membuka kegiatan operasional dengan konsep baru yaitu OTA (*online travel agent*) diberlakukannya sistem e-commerce sehingga pendapatan mengalami peningkatan 2011 sebesar 35,9%, tahun 2012 pendapatan sebesar 41,12%, tahun 2013 pendapatan sebesar 85,81%, pada tahun 2014 sebesar 9,14% dan ditahun 2015 pendapatan sebesar 49,82%. Pendapatan perusahaan dengan sisitem *e-commerce* mengalami peningkatan akan tetapi ditahun 2014 pendapatan menurun namun tidak lebih keil dari pendapatan sebelum menggunakan aplikasi penjualan *e-commerce*.

B. Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran kepada pihak manajemen PT. Dwidaya Worldwide Palembang sebaiknya manajemen perusahaan perlu memaksimalkan sistem aplikasi penjualan *e-commerce* karena banyak manfaat yang didapat dari system aplikasi e-commerce dalam penjualan. Dengan memaksimalkan penggunaan system ini akan dapat membantu meningkatkan pendapatan bagi perusahaan yang menggunakan aplikasi e-commerce dalam penjualan, tidak hanya perusahaan yang mernggalami keuntungan tetapi dengan sistem aplikasi *e-commerce* ini pihak konsumen dan pelanggan juga dapat lebih mudah dalam bertransaksi terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- George bodnar. Wiliam S hopwood. 2006. *Sistem infoemasi akuntansi*. edisi sembilan. Andi Yogyakarta.
- Husain Umar. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*, Edisi Dua. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Kardian (2011). *Tipe Aplikasi e-Commerce*. (online). <http://tipe aplikasi e-commerce>, diakses 4 april 2016.
- Kieso, warfield dan weygangtd. (2011). Devinisi pendapatan, (online), (<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3859/Bab%202.pdf?sequence=4>), diakses 28 juni 2016
- Krismiaji. 2016. *Sistem akuntansi*. Edisi keempat. Jakarta salemba empat.
- M. Antar Tammangingi, 2011. <http://masterbiznet.com/pemasaran bisnis/ruang-Lingkup-electronic-commerce.html>. diakses 6 april 2016
- Mcleod Reymon dan George P. Schell, 2009. *Sistem Informasi Manajemen*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mulyadi, 2016. *Sistem Akuntansi*. Salemba Empat, Jakarta.
- Niswonger. (2006). Devinisi pendapatan, (online), (<http://repository.widyatama.ac.id/xmlui/bitstream/handle/123456789/3859/Bab%202.pdf?sequence=4>). diakses 28 juni 2016
- Soemarso S.R, 2004. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Salemba Empat, Jakarta.
- Sowardjono, 2002. *Akuntansi Pengantar Edisi Ketiga*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan ketujuh, penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Susilowati M, Eny dan Emrinaldi Nur DP. (2015). *Rancangan informasi akuntansi : Transaksi berbasis online produk unggulan UMKM songket riau sebagai peningkatan ekonomi songket riau sebagai peningkatan ekonomi songket melayu dalam konteks hasanah kearifah budaya riau*. Jurnal dinamika

- akuntansi, keuangan dan perbankan. (online). Vol. 4 no. 1.
<http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe9/article/view/3824/1089>.
- Suwitho. (2013). *Aplikasi e-Commerce pada IKM anyaman produk seni (ART) di Jawa timur menghadapi pasar global*. Jurnal ekonomi, manajemen dan akuntansi. (online). Vol 20 No. 1
<http://www.jurnalkiatuir.com/jurnal/index.php/jurnal-ekonomi/article/view/51>
- Wiwied, 2009. *E-Commerce*. wiewied.staff.gunadarma.ac.id/download/files/.../slide_E-Commerce.pdf.
- Widah akmala dina (2007). *Analisis Dampak Penerapan Sistem E-Commerce Terhadap Pengendalian Intern Perusahaan Sebagai Akibat Perkembangan Teknologi Informasi*. Jurnal. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- W. Purbo, onno. (2000) *Mekanisme Pembayaran pada E-Commerce*, (online), (<http://mursids.blogspot.co.id/2010/02/mekanisme-pembayaran-pada-e-commerce.html>), diakses 29 juni 2016

Yang bertanda tangan dibawah ini direktur utama PT. Dwidaya World Wide, yang menerangkan bahwa :

Nama : Septiyan Gunawan

Nim : 22 2012 150

Program Studi : Akuntansi

Matakuliah Pokok : Sistem Informasi Akuntansi

Telah melakukan risetnya dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “ **Analisis Penerapan E-Commerce Terhadap Pendapatan Penjualan Pada PT. Dwidaya World Wide**”

Pelaksanaan penelitian riset : juni 2016

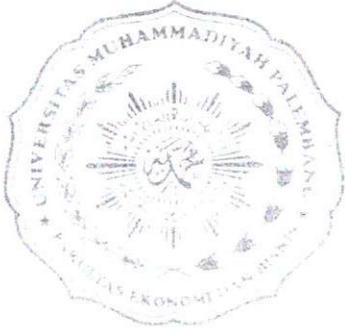
Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Juni 2016



JEFFRY GUNAWAN
Branch Manager

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG



Unggul dan Islami

Sertifikat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

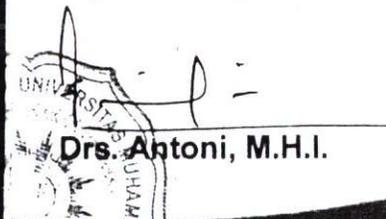
NAMA : SEPTIYAN GUNAWAN
NIM : 222012150
PROGRAM STUDI : Akuntansi

Yang dinyatakan HAFAL / TAHFIDZ (26) Surat Juz Amma
di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Palembang, 08 Oktober 2015
an. Dekan

Wakil Dekan IV




Drs. Antoni, M.H.I.



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

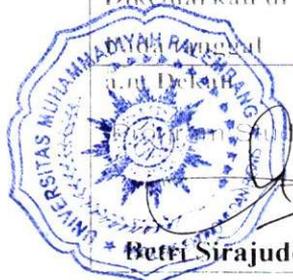
NAMA MAHASISWA	Septiyan Gunawan	PEMBIMBING	
NIM	22 2012 150	KETUA	Sunardi, S.E., M.Si,
PROGRAM STUDI	Akuntansi	ANGGOTA	
JUDUL SKRIPSI	Analisis penerapan aplikasi <i>E-Commerce</i> Terhadap Pendapatan Penjualan Pada PT. Dwidaya World Wide		

NO.	TGL'BL TH KONSULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
			KETUA	ANGGOTA	
1	5-7-2016	Bab I II II			Revisi
2	7-7-2016	Bab I II III			Revisi
3	20-7-2016	Bab IV			Revisi
4	28-7-2016	Bab IV			Revisi
5	30-7-2016	Bab IV			Revisi
6	2-8-2016	Bab V			Revisi
7	4-8-2016	V			Revisi
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					

CATATAN :

Mahasiswa diberikan waktu menyelesaikan skripsi 6 bulan setelah proses pik tanggal ditetapkan

Dikembangkan di : Palembang



Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
LEMBAGA BAHASA

Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu Palembang 30263
Telp. (0711) 512037 - Fax. (0711) 512037
email. lembagaBahasaump@yahcc.cc.id



TEST OF ENGLISH ABILITY SCORE RECORD

Name : Septiyan Gunawan
Place/Date of Birth : OKU Timur, September 16th 1991
Test Times Taken : +3
Test Date : June, 18th 2016

Scaled Score

Listening Comprehension : 48
Structure Grammar : 34
Reading Comprehension : 38
OVERALL SCORE : 400

Palembang, June, 20th 2016

Chairperson of Language Laboratory

Rini Susanti, S.Pd., M.A
Pais Muhammadiyah Palembang

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI
PENGAKREDITAN DAN SERTIFIKASI
PENGABDIAN MASYARAKAT
PROSEDUR KERJA MAMAH KENDERAAN RABAT 2010

Meja No : 027 /SK/BAN-PT/Akred /PT/I / 2014 (B)
Meja No : 041 /SK/BAN-PT/Akred /S/I / 2014 (B)
Honor : 1262 /SK/BAN-PT/Akred/S/XII/ 2015 (B)
Negeri : 771 /SK/BAN-PT/Akred/Dpl-III/VII/ 2015 (B)

mpalembang.ac.id

email : febumplg@umpalembang.ac.id

net : Jalur Abdul Alimad Yani 13 Lili Palembang 30063 telp (0711)511433 Faximile (0711)518018

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari / Tanggal : Senin, 29 Agustus 2016
Pukul : 13:00 s/d 17:00 wib
Nama : Septiyan Gunawan
NIM : 22 2012 150
Program Studi : Akuntansi
Bidang Skripsi : Sistem Informasi Akuntansi
Judul Skripsi : Analisis Penerapan Aplikasi *E-Commerce* Dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang

**TELAH MEMPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH PIHAK TIM PENGUJI DAN
PEMBIMBING SKRIPSI DAN DIPERKENANKAN
UNTUK MENGIKUTI WISUDA**

NAMA DOSEN	JABATAN	TANGGAL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
Drs. Sunardi, S.E., M.Si	Pembimbing	21/09/2016	
Drs. Sunardi, S.E., M.Si	Ketua Penguji	21/09/2016	
Mizan, S.E., M.Si., Ak., CA	Penguji 1	21 SEPT 2016	
Muhammad Fahmi, S.E., M.Si	Penguji 2	21 Sept 2016	

Palembang, September 2016
Dekan,
u.b Ketua Program Studi Akuntansi



Betri Sirajuddin, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN/NBM : 0216106902/944806

BIODATA PENULIS

Nama : Septiyan Gunawan
Nim : 222012150
Tempat, tgl lahir : Oku timur, 16 september 1991
Jenis Kelamin : laki - laki
Agama : Islam
Alamat : Perumnas Tl.kelapa blok 3 rt.20 no.119 Palembang
Saudara kandung : 5 (lima)
No. Handphone : 0853 8043 9724 & 0819 5851 1542
Status : Belum Menikah
E-mail : septian9141@yahoo.co.id

Nama Orang Tua

Ayah : Basit
Ibu : Ning Ida

Pekerjaan Orang Tua

Ayah : PNS
Ibu : Ibu rumah tangga

