

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
No. DAFTAR : 1529/Per-ump/2012
TANGGAL : 12-8-2012

Analisis Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan
E-Commerce Pada PT. Musita Tour And Travel Palembang

SKRIPSI



OLEH

NAMA : Agustina Saputra
NIM : 22 2008 257

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
2012



**Analisis Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan
E-Commerce Pada PT. Musita Tour And Travel Palembang**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



OLEH

NAMA : Agustina Saputra

NIM : 22 2008 257

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI
2012**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agustina Saputra

NIM : 22 2008 257

Program Studi : Akuntansi

Menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis sendiri dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dan segala konsekuensinya.

Palembang, Februari 2012



METERAI
TEMPEL
PAJAK PENYALURAN BARANG
TGL. 20
6FCFBAAF676390847
ENAM RIBU RUPIAH
DJP
Agustina Saputra


Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan E-Commerce Pada PT. Musita Tour and Travel Palembang.

Nama : Agustina Saputra
Nim : 22 2008 257
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Akuntansi
Mata Kuliah Pokok : Sistem Informasi Akuntansi

Diterima dan disahkan
Pada Tanggal.....
Pembimbing Skripsi



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

Palembang, Maret 2012
a.n. Dekan

Ketua Program Studi Akuntansi



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

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- ❖ *Ketika berbuat salah jangan mengeluh, jangan marah, tetapi pelajari kesalahan kemudian coba kembali dengan cara yang berbeda.*

(Penulis)

*Terucap Syukur Kupersembahkan Kepada-Mu
ya Allah*

Kupersembahkan kepada :

- *Ayahanda dan Ibunda Tercinta
Setetes Keringat dan Seuntai Do'a Darimu
selangkah aku akan lebih maju*
- *Saudara - Saudaraku Tercinta
Terima kasih atas Support dan Dukungannya*
- *Seseorang yang Kelak Mendampingi
Dengan mengenalnu aku jadi lebih baik dan
bersamamu kelak aku akan sempurna*
- *Sahabat - Sahabatku*
- *Almamater Tercinta*



PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulisan skripsi ini yang judul **Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan E-Commerce Pada PT. Musita Tour And Travel - Palembang** dapat penulis selesaikan tepat waktu.

Secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk perdagangan/perniagaan barang atau jasa (*trade and goods sevice*) dengan menggunakan media elektronik. *e-commerce* terdiri dari pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui system elektronik seperti internet dan jaringan komputer. Layanan *e-commerce* untuk menyelesaikan proses pemasaran, penemuan produk, pemrosesan transaksi, dan proses pelayanan pelanggan serta produk. Skripsi ini dibagi menjadi 5 Bab berturut – turut, Bab Pendahuluan, Kajian Pustaka, Metode Penelitian, Hasil Pembahasan dan Analisis serta Simpulan dan Saran.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku (Drs. Hanny Saputra MM dan Yashinta) yang telah mendidik, membiayai, memberikan do'a dan memberikan semangat kepada penulis. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Betri Siradjudin, SE,Ak, M.Si yang telah membimbing, memberikan pengarahan dan saran – saran dengan tulus dan ikhlas dalam

menyelesaikan skripsi ini. Selain itu juga terima kasih kepada pihak – pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang :

1. Bapak H. M. Idris, SE. M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan / karyawan.
2. Bapak M. Taufiq Syamsudin S.E.,Ak.,M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang beserta staf dan karyawan / i.
3. Bapak Drs. Sunardi. M.Si Selaku Ketua Program Studi dan Ibu Welly SE,.M.Si selaku Sekretaris Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Pimpinan beserta staf bagian Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Manajemen PT. Musita Tour And Travel - Palembang
6. Kakak dan adikku (Andika Saputra dan Maulidya Saputra) yang selalu memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga besar Mapala Alfedya
8. Teman-teman terbaikku (Povi, Vivi, Kiky, Leo, Yudi, Fitrah, Cece, Dini, Dilla, Ria, Hakim)
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas budi baik kalian. Akhirul Kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapat balasan dari-Nya. Amin.

Palembang, Februari 2012

Agustina Saputra

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
HALAMAN PRAKATA	v
HALAMAN DAFTAR ISI	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR	xi
HALAMAN LAMPIRAN	xii
HALAMAN ABSTRAK	xiii
HALAMAN ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Penelitian Sebelumnya	8
B. Landasan Teori	10
1. Pengertian pendapatan	10
2. Timbulnya pendapatan	12
3. Jenis-jenis pendapatan.....	13

4. Jenis transaksi proses pendapatan.....	14
5. Pengertian <i>E-Commerce</i>	15
6. Tipe aplikasi <i>E-Commerce</i>	17
7. Ruanag lingkup <i>E-Commerce</i>	18
8. Proses pembayaran <i>E-Commerce</i>	23
9. Jenis <i>E-Commerce</i>	26
10. Manfaat <i>E-Commerce</i>	26
11. Hambatan <i>E-Commerce</i>	29
12. Pendukung Kegiatan <i>E-Commerce</i>	31

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	33
B. Tempat Penelitian	34
C. Operasionalisasi Variabel	34
D. Data yang digunakan	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Analisis Data dan Teknik Analisis	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	38
B. Pembahasan.....	53

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

<i>Tabel</i>	<i>Judul</i>	<i>Halaman</i>
Tabel I.1	Daftar Pendapatan sebelum penerapan	5
Tabel I.2	Daftar Pendapatan sesudah penerapan.....	6
Tabel III.1	Operasionalisasi Variabel.....	34
Tabel IV.1	Daftar pendapatan sebelum penerapan	46
Tabel IV.2	Daftar pendapatan sesudah penerapan	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
Gambar IV.1	Struktur organisasi PT. Musita Tour and Travel.....	41
Gambar IV.2	<i>E-ticket</i>	52



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Riset
2. Sertifikat Membaca dan Hapalan Al-Qur'an
3. Sertifikat Toefl
4. Sertifikat KKN (Kuliah Kerja Nyata)
5. Kartu Aktifitas Bimbingan Skripsi
6. Biodata Penulis
7. Lembar perbaikan skripsi

ABSTRAK

Agustina Saputra/22 2008 257/2012/ Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan *E-Commerce* Pada PT. Musita Tour And Travel Palembang / Sistem Informasi Akuntansi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *E-Commerce* pada PT. Musita Tour And Travel Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan tempat penelitian pada PT. Musita Tour And Travel - 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. Musita Tour And Travel sebelum melakukan penerapan system penjualan *E-commerce* tidak mengalami peningkatan secara signifikan bahkan mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2006 – 2007 sebesar Rp 40.940.283 pada tahun 2007-2008 mengalami sedikit peningkatan sebesar Rp 7.224.583. Tetapi pada awal penerapan system penjualan *E-Commerce* pendapatan pada PT. Musita Tour And Travel mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2008-2009 sebesar Rp 90.747.991, tetapi pada tahun kedua dan ketiga yaitu pada tahun 2009-2010 mengalami penurunan sebesar Rp 24.868.333 dan pada tahun 2010-2011 pendapatan mengalami penurunan sebesar Rp 21.857.354. Pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan secara signifikan setelah menerapkan sistem penjualan *E-Commerce* , hanya di tahun awal saja pendapatan mengalami peningkatan.

Kata Kunci : *E-Commerce* dan Pendapatan

ABSTRACT

Agustina Saputra/22 2008 257/2012/Analysis of revenues before and after implementation of system e-commerce sales at PT. Musita Tour Anda Travel - Palembang / Accounting Information Systems

This type of research is descriptive research with a study on PT. Musita Tour And Travel Palembang. Research variables are income and sales of e-commerce system. The data used in this study is the primary data. Qualitative methods of analysis used. Alnalysis techniques used in this study by presenting a description of the explanation of earnings before and after application of e-commerce sales.

The result showed the income of PT. Musita and Travel prior to application of e-commerce sales system does not increase significantly even decline in revenues in 2006-2007 amounting to Rp 40,940,283 in 2007-2008 increased slightly to 7,224,583. But at the beginning of the implementation of e-commerce sales revenues in the PT. Musita Tour And Travel has increased in 2008-2009 which amounted to Rp 90,747,991 but the secong and third years are he years 2009-2010 decreased by Rp 24,868,333 and in the year 2010-2011 revenues decreased by Rp 21,857,354. Corporate earnings have not increased significantly after applying the sale of e-commerce system, only in the early yesr alone revenues have increased.

Keywords: E-Commerce and Revenue

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan sebagai tempat kegiatan mempunyai tujuan untuk menghasilkan keuntungan yang optimal sesuai dengan pertumbuhan perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Setiap perusahaan, pada khususnya perusahaan jasa harus dapat unggul dan bersaing dengan perusahaan lain. Perkembangan bidang ekonomi dan bisnis sekarang telah semakin mempertajam persaingan bisnis di Indonesia. Berdasarkan keadaan tersebut maka manajemen perusahaan dituntut untuk memiliki dan meningkatkan kemampuannya dalam melaksanakan kegiatan-kegiatan yang menyangkut penentuan program perusahaan dimasa depan serta penjabarannya menjadi rencana yang realistis, sederhana dan terperinci. Untuk mencapai tujuan, perusahaan memerlukan manajemen yang baik sehingga dapat melaksanakan fungsi manajemen dengan sebaik-baiknya.

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

Saat ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi sebuah perubahan tradisi dari kultur masyarakat sehari-hari, dengan terciptanya sebuah keterbukaan dan transparansi diberbagai bidang, terutama dibidang teknologi informasi (IT). Informasi yang cepat dan akurat merupakan bentuk

informasi yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, termasuk didalamnya dunia bisnis.

Berkembangnya penggunaan internet dan teknologi *World Wide Web*, menyebabkan munculnya penggunaan internet mengalami perkembangan yang luar biasa dibidang bisnis. Sejak berkembangnya teknologi internet tersebut 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. Dalam penggunaan teknologi tersebut, berbagai pihak yang terkait dengan perusahaan seperti *investor*, konsumen, pemerintah akan ikut berperan.

Menurut Raymond dan George (2009: 59) perdagangan 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 computer 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 obyek dalam tulisan ini. Melihat kenyataan tersebut, maka penerapan teknologi *e-commerce* merupakan salah satu faktor yang penting untuk pendapatan perusahaan. Untuk 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/perniagaan barang atau jasa (*trade and goods service*) dengan menggunakan media elektronik. *e-commerce* terdiri dari pembelian dan penjualan produk atau layanan melalui sistem elektronik seperti internet dan jaringan komputer. Layanan *e-commerce* untuk menyelesaikan proses pemasaran, penemuan produk, pemrosesan transaksi, dan proses pelayanan pelanggan serta produk. Menurut Raymond dan George (2009: 60) akan bermanfaat jika kita membedakan dua jenis *e-commerce* yang terjadi dengan entitas diluar batas perusahaan yaitu sebagai berikut : *e-commerce business to customer (B2C)* dan *e-commerce business to business (B2B)*. Proses pembayaran dalam *e-commerce* adalah pembayaran *web, elektrik, fund transfer* dan pembayaran yang aman (pembayaran secara *offline*).

Keunggulan *e-commerce* melakukan kegiatan usaha dengan kemudahan, kecepatan dan waktu tak terbatas, meminimalkan kesalahan dalam pemrosesan serta dapat meminimalkan biaya-biaya tenaga kerja.

Namun dari keunggulan *e-commerce* juga memiliki kelemahan dan hambatan. Hambatan dalam *e-commerce* yaitu sistem keamanan yang belum terjamin, biaya yang tinggi dan belum ada software yang mapan.

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 yang 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 dapat juga didefinisikan sebagai bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari langganan) yang berasal dari barang atau jasa yang di jual.

Perusahaan *travel agents* penerbangan adalah perusahaan yang melayani penjualan tiket penerbangan baik domestik maupun luar negeri. Dari hasil wawancara penulis dengan bagian penjualan pada travel agent tersebut menyatakan bahwa adanya penggunaan *E-Commerce* terhadap proses bisnis pada perusahaan tersebut. Ini terlihat dari penggunaan *website* perusahaan yang digunakan untuk melakukan penjualan jasa perusahaan,

pelayanan, promosi serta melalui *website* perusahaan ini para konsumen dapat memesan langsung tiket pesawat.

Dari survey awal yang dilakukan, PT. Musita Tour And Travel sejak pertama kali berdiri sampai tahun 2008 menggunakan sistem penjualan secara manual, pada tahun 2009 sampai saat ini PT. musita Tour And Travel sudah menerapkan sistem penjualan *e-commerce (online)*. Oleh karena itu terjadi perubahan pendapatan pada PT. Musita Tour And Travel, karena dengan adanya penjualan secara online maka perusahaan ini dapat mencapai konsumen secara global serta memudahkan dalam pelaksanaan kegiatan pemesanan dan penjualan tiket.

Perubahan pendapatan pada PT. Musita Tour And Travel sebelum dan sesudah menggunakan *E-Commerce* dapat dilihat pada tabel I.1 dan I.2 sebagai berikut:

Tabel I.1
PT. Musita Tour And Travel Palembang
Daftar Pendapatan Sebelum Menggunakan Sistem Penjualan *E-Commerce*
Tahun 2006-2008
(Dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan
2006	Rp 268,597,010
2007	Rp 227,656,727
2008	Rp 234,881,310

Sumber : PT. Musita Tour And Travel Palembang 2012

Tabel I.2
PT. Musita Tour And Travel Palembang
Daftar Pendapatan Setelah Menggunakan Sistem Penjualan *E-Commerce*
Tahun 2009-2011
(Dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan
2009	325.629.301
2010	300.760.968
2011	278.903.614

Sumber : PT. Musita Tour And Travel Palembang 2012

Berdasarkan Tabel I.1 di atas maka dapat dilihat pendapatan perusahaan sebelum menggunakan sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan perusahaan mengalami penurunan pendapatan dan ketika mengalami peningkatan pendapatan tidak terlalu tinggi, dan sesudah menggunakan sistem penjualan *E-Commerce* dapat dilihat dari Tabel I.2 pada tahun 2009 awal penerapan sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan perusahaan mengalami peningkatan tetapi pada tahun 2010 – 2011 terdapat penurunan pendapatan pada perusahaan.

Berdasarkan uraian diatas, maka dari itu penulis tertarik mengambil judul “Analisis Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan *E-Commerce* Pada PT. Musita Tour Palembang”

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang jadi permasalahan dalam penelitian ini adalah : Bagaimanakah pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Musita Tour And Travel Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Musita Tour And Travel Palembang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan atau pengetahuan khususnya mengenai pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Musita Tour And Travel Palembang.

2. Bagi PT. Musita Tour And Travel Palembang

Memberikan masukan dan bahan pemikiran mengenai pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Musita Tour And Travel

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 dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya berjudul Analisis dan Perancangan *E-Marketing* Berbasis *Customer Relationship Management* (IRM) pada PT. Nutri Gizindo oleh Naboo (tahun 2006). Perumusan masalah adalah dalam penelitian tersebut adalah bagaimana menganalisa dan merancang system pemasaran serta pelayanan pelanggan pada PT. Nutri Gizindo nusantara yang selama ini belum menggunakan internet.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisa dan metode perancangan. Metode analisa yaitu metode yang menggunakan studi lapangan dengan melakukan survey, kemudian metode perancangan yaitu melakukan perancangan tampilan layer (*user interface*), perancangan *database*, dan perancangan proses. Sedangkan data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan data sekunder data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui media perantara.

Hasil dari penelitian pada PT. Nutri Gizindo Nusantara adalah bahwa peneliti mengetahui bahwa system pemasaran dan pelayanan produk berbasis *customer relationship management* (CRM) yang dilaksanakan secara online melalui media internet dan menjadi masukan penting bagi PT. Nutri Gizindo Nusantara.

Penelitian selanjutnya yaitu Analisis Sistem Penjualan *E-Commerce* Dalam Rangka Pengimplementasian Software *Enterprise Resource Planning* (ERP) Pada Toko Komputer Intikomp Palembang oleh Pance Agusdi (tahun 2010). Perumusan masalah adalah Bagaimana system penjualan *E-Commerce* dalam rangka pengaplikasian *software enterprise resource planning* (ERP) pada toko komputer Intikomp Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *action research* (penelitian tindakan) yaitu suatu proses yang dilalui perorangan atau kelompok yang menghendaki perusahaan dalam situasi tertentu untuk menguji prosedur yang diperlukan akan menghasilkan perubahan jawaban melaksanakan prosedur ini.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya yaitu berupa gambaran umum toko komputer intikomp Palembang, serta system penjualan *E-commerce* pada toko tersebut dengan cara melalui wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut bahwa toko computer intikomp telah melakukan suatu bentuk perdagangan *e-commerce* yang pelaksanaannya melalui internet. System penjualan *e-commerce* yang berlangsung pada toko computer intikomp Palembang didukung oleh suatu *software* khusus local yang dirancang dan dikembangkan oleh pihak intikomp itu sendiri yang bernama intisoft. Dalam hal ini penulis menyatakan bahwa dipandang dari aspek teknis yang ada di intikomp adalah telah mampu menerapkan system ERP (*enterprise resource planning*).

Perbedaan penelitian sebelumnya yang pertama dengan penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian sebelumnya meneliti tentang analisis dan perancangan *e-marketing* berbasis CRM pada PT. Nutri Gizindo Nusantara Palembang. Perbedaan penelitian yang kedua dengan yang dilakukan penulis sekarang adalah peneliti melakukan penelitian tentang sistem penjualan *e-commerce* berbasis ERP pada toko computer intikomp, sedangkan penelitian sekarang meneliti tentang pengaruh penggunaan *e-commerce* terhadap proses bisnis pada *Travel Agents* penerbangan di Kota Palembang.

Persamaan penelitian sebelumnya yang pertama dan yang kedua 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 Soemarso (2004:47) pendapatan (*revenue*) adalah jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang timbul, pendapatan dapat juga didefinisikan sebagai bruto dalam modal (biasanya melalui diterimanya suatu aktiva dari langganan) yang berasal dari barang atau jasa yang di jual.

Menurut Sofyan (2001:140), pendapatan merupakan aktiva yang diperoleh perusahaan dari suatu transaksi penjualan, penghasilan jasa, bunga, royalty, dan sewa. Pendapatan merupakan bagian yang sangat penting untuk diperhatikan dalam suatu perusahaan karena besar kecilnya pendapatan yang diterima dapat mempengaruhi keseluruhan gerak langkah dari aktifitas perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan laba yang optimal.

Menurut Michael, dkk (2000:377) pendapatan adalah arus kas atau peningkatan lainnya pada aktiva suatu satuan usaha atau penyelesaian kewajiban atau kombinasi keduanya dari pengiriman atau produksi barang, pemberian jasa atau kegiatan lain yang merupakan kegiatan utama atau pusat dari suatu usaha yang berkesinambungan.

Menurut Suwardjono (2002:72), pendapatan adalah aliran kas masuk kedalam perusahaan karena perusahaan menjual barang atau jasa kepada konsumen atau melakukan kegiatan utama perusahaan secara terus menerus, dengan demikian pendapatan akan mengakibatkan kenaikan asset perusahaan.

Menurut Thomas dan Roland (2005:234), pengertian pendapatan arus kas masuk atau peningkatan nilai aktiva, penyelesaian kewajiban atau kombinasi dari keduanya selama periode dan pengiriman, produksi barang, penerimaan jasa, dan pelaksanaan kegiatan lainnya.

Dari definisi – definisi yang diuraikan sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pendapatan (*revenue*) adalah tambahan aktiva yang diperoleh perusahaan dari langganan dengan suatu transaksi pertukaran barang-barang dan jasa-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 Simangusong (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 Hendry (2002:24), menyatakan bahwa pendapatan meliputi penjualan barang dagangan, jasa, dan pendapatan lain-lain.

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

1) 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 menamakan dengan pendapatan angkutan, untuk perusahaan perdagangan atau manufaktur yang memperoleh pendapatannya dari menjual barang atau produk pendapatan operasinya disebut dengan penjualan (*sales revenue*)

2) 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 untuk penjualan investasi.

3) 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.

d. Jenis transaksi proses pendapatan

Menurut Messier dkk (2005:8) terdapat tiga jenis transaksi yang khususnya terdapat dalam proses pendapatan yaitu:

- 1) Penjualan barang atau penyerahan jasa secara tunai ataupun kredit.
- 2) Penerimaan kas dari pelanggan sebagai pembayaran atas barang atau jasa.
- 3) Pengembalian barang oleh pelanggan secara kredit ataupun tunai.



2. Sistem Penjualan *E-Commerce*.

a. Pengertian *E-Commere*

Pengertian Menurut Onno dan Aang yang mengutip pendapatnya David Baum, menyebutkan bahwa: “*e-commerce is a dynamic set of technologies, aplications, and business procces that link enterprises, consumers, and communities through electronic transaction and the electronic exchange of goods, services, and information*”. Bahwa *e-commerce* merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.

Bersumber dari Wikipedia *Online* (2009) secara umum *e-commerce* dapat didefinisikan sebagai segala bentuk transaksi perdagangan / perniagaan barang atau jasa (*trade of goods and services*) dengan menggunakan media elektronik. Kesimpulannya adalah *E-Commerce is a part of e-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 Kalakota dan Whinston (2006:41) mendefinisikan *E-Commerce* dari beberapa perspektif, yaitu:

- 1) Dari perspektif komunikasi, *E-Commerce* adalah pengiriman informasi, produk/jasa, atau pembayaran melalui jaringan telepon, atau jalur komunikasi lainnya;
- 2) Dari perspektif proses bisnis, *E-Commerce* adalah aplikasi teknologi menuju otomatisasi transaksi bisnis dan *work flow*.
- 3) Dari perspektif pelayanan, *E-Commerce* adalah alat yang digunakan untuk mengurangi biaya dalam pemesanan dan pengiriman barang; dan
- 4) Dari perspektif *online*, *E-Commerce* menyediakan kemampuan untuk menjual dan membeli produk serta informasi melalui internet dan jaringan jasa *online* lainnya.

Meurut Taufik (2007:5) *E-Commerce* atau *electronic commerce* bagian dari *lifestyle* yang memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara *Online* dari sudut tempat manapun.

Dari definisi-definisi yang diuraikan sebelumnya dapat dijelaskan bahwa *E-Commerce* merupakan kegiatan-kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen (*consumers*), manufaktur (*manufactures*), *service providers* dan pedagang perantara (*intermediaries*) dengan menggunakan jaringan-jaringan komputer (*computer networks*) yaitu internet.

b. Tipe Aplikasi E-Commerce

E-commerce digunakan sebagai transaksi bisnis antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain, antara perusahaan dengan pelanggan (customer), atau antara perusahaan dengan institusi yang bergerak dalam pelayanan public. Jika diklasifikasikan, Nuryani (2001:30) sistem e-commerce terbagi menjadi tiga tipe aplikasi, yaitu:

1) *Electronic Markets (EMs)*.

Electronic Markets adalah sebuah sarana yang menggunakan teknologi informasi dan komunikasi untuk melakukan/menyajikan penawaran dalam sebuah segmen pasar, sehingga pembeli dapat membandingkan berbagai macam harga yang ditawarkan. Keuntungan fasilitas *Electronic Markets* bagi pelanggan adalah terlihat lebih nyata dan efisien dalam hal waktu. Sedangkan bagi penjual, ia dapat mendistribusikan informasi mengenai produk dan service yang ditawarkan dengan lebih cepat sehingga dapat menarik pelanggan lebih banyak.

2) *Electronic Data Interchange (EDI)*

Electronic Data Interchange adalah sarana untuk mengefisienkan pertukaran data transaksi-transaksi reguler yang berulang dalam jumlah besar antara organisasi komersial. *Electronic Data Interchange* sangat luas penggunaannya, biasanya digunakan oleh kelompok retail yang besar ketika melakukan bisnis dagang dengan para supplier mereka. Keuntungan dalam menggunakan *Electronic Data*

Interchange adalah waktu pemesanan yang singkat, mengurangi biaya, mengurangi kesalahan, memperoleh respon yang cepat, pengiriman faktur yang cepat dan akurat serta pembayaran dapat dilakukan secara elektronik.

3) *Internet Commerce.*

Internet commerce adalah penggunaan internet yang berbasis teknologi informasi dan komunikasi untuk perdagangan. Kegiatan komersial ini seperti iklan dalam penjualan produk dan jasa. Transaksi yang dapat dilakukan di internet antara lain pemesanan/pembelian.

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

c. **Ruang Lingkup *E-Commerce.***

Salah satu subset terpenting dan terbesar dari e-business adalah *e-commerce*, dimana berbagai aktivitas transaksi jual beli dilakukan melalui medium internet. Karena sangat lebarnya spektrum proses dari transaksi jual beli yang ada, sangat sulit menentukan ruang lingkup atau batasan dari domain *e-commerce*. Menurut Temmangingi *Online* (2011) salah satu cara yang dapat dipergunakan untuk dapat mengerti batasan-

batasan dari sebuah ecommerce adalah dengan mencoba mengkaji dan melihat fenomena bisnis tersebut dari berbagai dimensi, seperti yang dijelaskan berikut ini:

1) Teknologi

Kontributor 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 ini e-commerce dapat dipandang sebagai 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 Processes"*

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

3) *Economic*

E-commerce merupakan sebuah pemicu terbentuknya prinsip ekonomi baru yang lebih dikenal dengan ekonomi digital (*digital economy*). Di dalam konsep ekonomi ini, semua sumber daya yang dapat didigitalisasikan menjadi tak terbatas jumlahnya (bukan merupakan “*scarce of resources*”) dan berpotensi menjadi *public goods* yang dapat dimiliki oleh siapa saja dengan bebas. Di dalam konsep ekonomi ini pula informasi dan *knowledge* menjadi sumber daya penentu sukses tidaknya para pelaku ekonomi melakukan aktivitasnya.

4) *Electronic Linkage*

Di suatu sisi yang lain, banyak orang melihat *e-commerce* sebagai sebuah mekanisme hubungan secara elektronik antara satu entiti dengan entiti lainnya. Dengan adanya *e-commerce*, maka dua buah divisi dapat bekerja sama secara efisien melalui pertukaran data elektronik; demikian juga antara dua buah kelompok berbeda seperti misalnya antara kantor pemerintah dengan masyarakatnya; atau mungkin antara pelanggan dengan perusahaan-perusahaan tertentu.

5) *Information Value Adding*

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

diberlakukan terhadap informasi, yaitu melalui langkah-langkah proses: *gathering, organizing, selecting, synthesizing, dan distributing*.

6) *Market-Making*

E-commerce dikatakan sebagai market-making karena keberadaannya secara langsung telah membentuk sebuah pasar perdagangan tersendiri yang mempertemukan berjuta-juta penjual dan pembeli 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.

7) *Service Infrastructure*

Konsep *e-commerce* ternyata tidak hanya membuahkan mekanisme transaksi jual beli semata, namun ternyata banyak sekali jasa-jasa baru yang diperlukan sebagai sarana pendukung aktivitas jual beli produk tersebut. Katakanlah jasa dari institusi keuangan untuk menawarkan cara pembayaran secara elektronik, jasa dari vendor 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 perusahaan hosting yang menawarkan perangkat penyimpan data maupun situs perusahaan yang bersangkutan, dan lain-lain.

8) *Legal, Privacy, dan Public Policy*

Sisi 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 perdagangan elektronis yang telah mengikis batas-batas ruang dan waktu mau tidak mau mendatangkan tantangan baru bagi pemerintah dan masyarakat dalam mencoba membuat regulasi tertentu agar di satu pihak terbentuk lingkungan bisnis yang kondusif, sementara di pihak lain hak-hak individu maupun masyarakat dapat terjaga dengan baik.

Menurut Temmangingi *Online* (2011) Berdasarkan kedelapan perspektif tersebut di atas dapat digambarkan lima domain yang membatasi ruang lingkup dari e-commerce, yaitu masing-masing sebagai sarana untuk:

1) *Enterprise Management*,

yang berarti menghubungkan divisi-divisi yang ada di dalam perusahaan dengan cara mengalirkan informasi dari satu tempat ke tempat lainnya 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 dan/atau pengadaan bahan mentah/baku produksi dapat dilakukan seefisien mungkin.

3) *Linking with Distributors/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 Consumers*

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

5) *Global E-Commerce Infrastructure*

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

d. Proses Pembayaran *E-Commerce*

Menurut O'Brain (2006:393-394) pembayaran untuk produk dan jasa yang dibeli adalah rangkaian nyata dan penting dalam transaksi *E-Commerce*. Proses pembayaran *E-Commerce* dengan berbagai jenis alternative debit dan kredit serta lembaga keuangan dan perantara menjadi bagian dari dari proses tersebut.

1) Proses pembayaran web

Kebanyakan sistem *E-Commerce* dalam bisnis yang terlibat alam web dan B2C pelanggan bergantung pada proses pembayaran kartu kredit.

2) *Elektronik Fund Transfer*

Adalah bentuk umum pembayaran elektronik dalam industri perbankan. Sistem ini menggunakan berbagai teknologi informasi untuk menangkap serta memproses uang serta kredit antar bank, perusahaan, dan para pelanggan.

3) Pembayaran Elektronik yang aman

Banyak masalah yang terjadi bila melakukan pembelian secara online di internet, informasi kartu kredit bisa rawan dari gangguan para pengendus jaringan. Beberapa alat keamanan yang digunakan untuk mengatasi masalah ini adalah enkripsi data antara pelanggan dan pedagang, atau enkripsi data yang lewat antara pelanggan dengan transaksi otorisasi kartu kredit perusahaan, atau mengambilnya informasinya secara offline saja.

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 langsung antara dua pihak tanpa perantara menggunakan uang nasional-nya.

- 3) Pembayaran dengan perantara pihak ke tiga, umumnya proses pembayaran yang menyangkut debit, kredit maupun check masuk dalam kategori ini.
- 4) *Micropayment*, dalam bahasa sederhananya adalah pembayaran untuk uang recehan yang kecil-kecil. Mekanisme *Micropayment* ini penting dikembangkan karena sangat diperlukan pembayaran receh yang kecil tanpa overhead transaksi yang tinggi.
- 5) *Anonymous digital cash*, uang elektronik yang di enkripsi, di dahului oleh David Chaum dengan *Digicash*-nya (<http://www.digicash.com>). Uang elektronik menjamin *privacy* dari user cash tetap terjamin sama seperti uang kertas maupun coin yang kita kenal.
- 6) Untuk pembayaran, *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 pembayaran.

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 dibedakan menjadi dua jenis yaitu: *Business to Business* (B2B) dan *Business to Consumer* (B2C). *Business to Business* (B2B) adalah sistem komunikasi bisnis *on-line* antar pelaku bisnis, sedangkan *Business to Consumer* (B2C) merupakan mekanisme toko *on-line* (electronic shopping mall), yaitu transaksi antara *e-merchant* dengan *e-customer*.

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

f. Manfaat E-Commerce.

Secara umumnya, *e-commerce* merupakan aktivitas perdagangan melalui media internet, dari informasi yang di dapat, menurut Suryarini (2008) online manfaat atau keuntungan yang dihasilkannya. Antara lain :
Manfaat *e-commerce* bagi konsumen :

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

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

Manfaat e-commerce bagi masyarakat :

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

- 3) *Electronic commerce* memungkinkan orang di negara-negara Dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa EC. Ini juga termasuk peluang untuk belajar berprofesi serta mendapatkan gelar akademik.
- 4) *Electronic commerce* memfasilitasi layanan publik, seperti perawatan kesehatan, pendidikan, dan pemerataan layanan sosial yang dilaksanakan pemerintah dengan biaya yang lebih rendah, dan / atau dengan kualitas yang lebih baik. Layanan perawatan kesehatan, misalnya, bisa menjangkau pasien di daerah pedesaan.

Manfaat *e-commerce* bagi bisnis :

- 1) Perusahaan-perusahaan dapat menjangkau pelanggan diseluruh dunia. Oleh karena itu dengan memperluas bisnis mereka, sama saja dengan meningkatkan keuntungan.
- 2) *E-commerce* menawarkan pengurangan sejumlah biaya tambahan. Sebuah perusahaan yang melakukan bisnis diinternet akan mengurangi biaya tambahan karena biaya tersebut tidak digunakan untuk gedung dan pelayanan pelanggan (*customer service*), jika dibandingkan dengan jenis bisnis tradisional. Menurut Wiwied Online (2009) secara ringkas manfaat / keuntungan *e-commerce* tersebut adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- 2) Bagi Pengelola bisnis: efisiensi, tanpa kesalahan, tepat waktu
- 3) Bagi Manajemen: peningkatan pendapatan, loyalitas pelanggan.

Menurut kendall dan kendall (2003:6) ada beberapa keunggulan menggunakan *E-Commerce*:

- 1) Meningkatkan kesadaran akan tersedianya suatu layanan, produk, industri, orang ataupun kelompok.
- 2) Bisa diakses selama 24 jam oleh pengguna
- 3) Menstandarkan desain antar muka
- 4) Menciptakan sistem yang dapat siperluas secara global bukan hanya lokal, sehingga mampu menjangkau orang-orang ditempat-tempat yang berjauhan tanpa mengkhawatirkan zona waktu lokal mereka.

Berdasarkan pendapat yang diuraikan di atas, maka keunggulan *E-Commerce* adalah dapat melakukan kegiatan usaha tanpa batasan waktu dan jarak, meminimalisir kesalahan dalam pemrosesan, dan pelayanan yang cepat memberikan kenyamanan bagi para pengunjung, serta dapat meminimalisir biaya tenaga kerja dan operasional.

g. Hambatan dalam *E-Commerce*

Sesuatu didunia ini memang tidak ada yang sempurna, dibalik keuntungan-keuntungan diatas ada juga beberapa kelemahan dan permasalahan pada *e-commerce* menurut Raymond dan George (2009:61) kelemahan atau hambatan dalam *E-Commere* adalah sebagai berikut:

- 1) sistem keamanan yang belum terjamin
- 2) biaya yang tinggi
- 3) belum ada *software* yang mapan atau belum tersedia

Menurut Frengky (2008) (*online*) pengimplementasian *e-commerce* di Indonesia memiliki berbagai hambatan dalam pengimplementasiannya dapat berupa teknis dan non teknis yang kesemua itu membutuhkan kerja sama yang utuh antara pemerintah, pengembang *e-commerce*, pebisnis dan para konsumen pemanfaatnya. Seperti produk-produk teknologi informasi lainnya *E-Commerce* masih membutuhkan waktu yang lama untuk dapat dikenal dan diterima di Indonesia. Berbagai hambatan tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

- 1) Dukungan pemerintah yang masih belum jelas ditambah dengan belum adanya kebijakan-kebijakan yang mendukung perkembangan dari *E-Commerce*
- 2) Perkembangan infrastruktur yang lambat
- 3) Kurangnya SDM Indonesia yang benar-benar menguasai sistem *E-Commerce* ini secara menyeluruh
- 4) Dukungan dari institusi financial seperti bank
- 5) Sistem perpajakan yang belum mendukung

Dari pendapat di atas dapat diambil kesimpulan bahwa berbagai hambatan dalam *E-Commerce* belum adanya jaminan keamanan, minimnya dukungan pemerintah, kurangnya sumber daya manusia yang benar-benar menguasai sistem *E-Commerce* secara menyeluruh, dukungan

dari lembaga keuangan yang masih rendah, serta sistem pajak yang belum jelas.

h. 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 kegiatan *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 Online (*E-Commerce*) yaitu internet dengan akses kecepatan tinggi.

3) *E-Mail*

Penggunaan *E-Mail* untuk dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi antara pihak penjual dan 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 *online* (*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 (2003:11), jenis penelitian berdasarkan tingkat eksplanasinya 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 Komparatif

Penelitian Komparatif 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 berdasarkan tingkat eksplanasinya yaitu jenis penelitian deskriptif atau penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pendapatan sebelum dan sesudah penerapan sistem Penjualan *E-Commerce* Pada PT. Musita Tour And Travel Palembang.

B. Tempat Penelitian

Tempat Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah PT. Musita Tour And Travel - Palembang, Jl. Kapten A Rivai 1436 A (0711-373941) Palembang.

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, variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel III.1 :

Tabel III.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Pendapatan	Pendapatan merupakan jumlah yang dibebankan kepada langganan untuk barang dan jasa yang dijual.	Pendapatan Operasi (Penjualan Tiket)
Sistem Penjualan <i>E-Commerce</i>	<i>E-Commerce</i> merupakan suatu set dinamis teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.	1. Teknologi Informasi 2. Internet 3. <i>E-Mail</i> 4. <i>Website</i>

Sumber : Penulis, 2012

D. Data Yang Digunakan

Menurut Indriantoro dan Bambang (2002:146-147) klasifikasi data dilihat dari cara memperolehnya terbagi menjadi dua:

1) Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya (tidak melalui media perantara).

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (dicatat oleh pihak lain).

Data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya berupa:

- 1) Gambaran umum PT. Musita Tour And Travel
- 2) Sistem Penjualan *E-Commerce* pada PT. Musita Tour And Travel Palembang
- 3) Pendapatan PT. Musita Tour And Travel sebelum dan sesudah penerapan Sistem Penjualan *E-Commerce*

E. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Indriantoro dan Bambang (2002:146-147) teknik pengumpulan data terdiri dari:

1. Kuisioner (*Angket*)

Kuisioner atau angket adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna.

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya.

3. Pengamatan (*Observasi*)

Pengamatan (*Observasi*) adalah melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.

4. Tes (*Test*)

Tes adalah serangkaian pertanyaan atau latihan yang digunakan untuk mengukur keterampilan pengetahuan, intelegensi, kemampuan atau bakat yang dimiliki oleh individu atau kelompok.

5. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian.

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi.

F. Analisis Data dan Teknik Analisis

- 1) Analisis Data

Menurut Sugiyono (2003:14) menyatakan bahwa metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Analisis Kualitatif

Yaitu metode analisis dengan menggunakan data berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar.

b) Analisis Kuantitatif

Yaitu metode analisis dengan menggunakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.

Metode analisis yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yaitu metode analisis dengan menggunakan data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar.

2) Teknik Analisis

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

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

a. Sejarah Singkat PT. Musita Tour And Travel - Palembang

Perusahaan ini berdiri dengan bertujuan yaitu mensejahterakan masyarakat dan untuk melayani masyarakat dengan sebaik mungkin. PT. Musita Tour And Travel Palembang didirikan pada 16 Agustus 2002 oleh Ahmad Damiri Syamsuddin dengan Notaris Achmad Syaroni, SH, berkantor di jalan Kapten A. Rivai No. 1436 A, Palembang.

Pada awalnya, PT. Musita Palembang bermaksud dan bertujuan ialah mendirikan dan menjalankan usaha biro perjalanan wisata dan penyelenggaraan paket wisata, pemesanan jasa akomodasi, restoran dan sarana wisata lainnya serta penyelenggaraan pelayanan kelengkapan dokumen perjalanan wisata, perusahaan ini juga ingin mendirikan dan menjalankan penyelenggaraan paket umroh dan haji, akan tetapi PT. Musita Palembang belum mampu menjalankan itu semua. akan tetapi PT. Musita Palembang hanya menjual tiket pesawat Riau Airline, Rute Pangkal Pinang (PGK) – Batam (BTH) – Jambi (DJB). Pada saat sekarang PT. Musita Palembang bisa menjual tiket Pesawat saja dengan berbagai tujuan didalam maupun diluar Indonesia.



Dalam menjalankan usahanya, PT. Musita Palembang selalu berusaha menyesuaikan diri dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat. Itu sebabnya perusahaan mengadakan pembaruan dalam menjawab tuntutan jaman.

b. Visi dan Misi PT. Musita Palembang

1) Visi PT. Musita Palembang

Menjadi perusahaan yang terpercaya dan dipilih untuk memberikan solusi bagi kebutuhan masyarakat, agar *inovatif* dan *kompetitif*.

2) Misi PT. Musita Palembang

Misi PT. Musita Palembang dapat dirinci sebagai berikut:

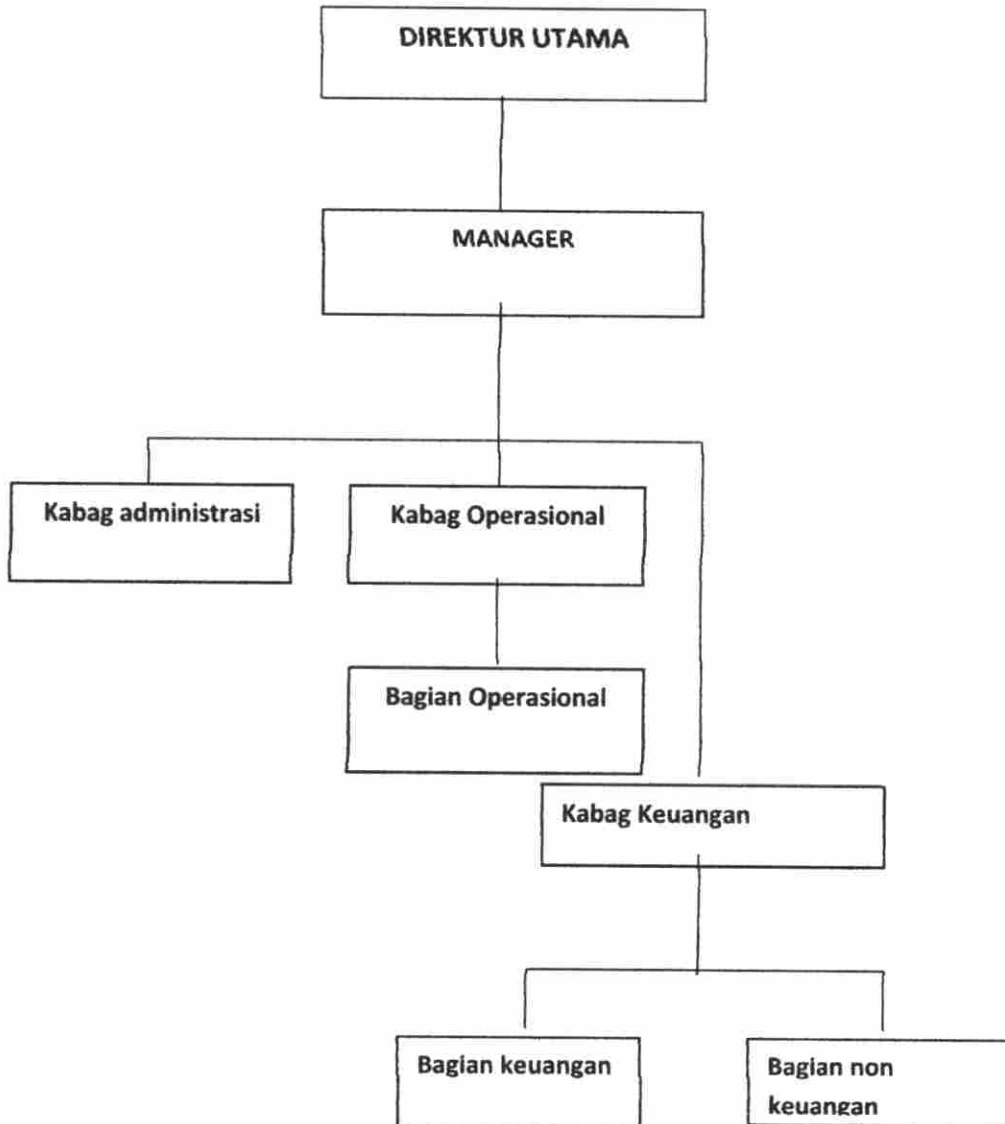
- a) Memberikan kepastian dan kenyamanan kepada peserta masyarakat, melalui sistem pengelolaan yang efektif dan efisien.
- b) Mengoptimalkan pengelolaan dana dan pengembangan sistem untuk memberikan pelayanan prima secara berkelanjutan kepada masyarakat.
- c) Menjadikan tempat pilihan untuk tumbuh dan berkembangnya perusahaan.
- d) Berpartisipasi mewujudkan peningkatan kesejahteraan melalui kontribusi dalam proses pembangunan masyarakat.
- e) Mewujudkan praktek pengelolaan bisnis dan perencanaan keuangan yang sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

c. Kegiatan Perusahaan

PT. Musita Tour And Travel – Palembang adalah perusahaan jasa yang bergerak dibidang penjualan tiket pesawat terbang baik penerbangan domestik maupun luar negeri. Hasil pendapatan dari fee (komisi) penjualan tiket menjadi pendapatan utama bagi perusahaan. Saat ini PT.Musita Tour And Travel - Palembang berkerja sama dengan berbagai pihak maskapai penerbangan dalam melakukan transaksi penjualan tiket pesawat terbang. Maskapai penerbangan yang berkerja sama dengan PT. Musita Tour And Travel Palembang yaitu Lion Air, Sriwijaya Air, Wings Air, serta Garuda Airlines.

d. Struktur Organisasi

GAMBAR IV.1
STRUKTUR ORGANISASI
PT. MUSITA PALEMBANG



Sumber: PT. Musita Tour and Travel Palembang 2012

e. Pembagian Tugas

1) Direktur Utama

Direktur utama PT. Musita Tour And Travel adalah pemilik dari perusahaan tersebut yang bernama Ahmad Damiri Syamsuddin.

2) Manager

Tugas utama seorang manajer adalah bertanggung jawab, administrasi dan mengawasi sejumlah tim rekrutmen dalam perusahaan. Manajer juga bertanggung jawab untuk pengawasan secara keseluruhan serta peningkatan profil perusahaan dengan memperhatikan kebutuhan pelanggan dan memastikan bahwa mereka puas.

Berikut ini adalah beberapa bertanggung jawab utama dari seorang manager:

- a) Mengawasi kinerja karyawan secara keseluruhan.
- b) Bertanggung jawab atas kinerja karyawan.
- c) Membangun dan meningkatkan citra perusahaan dan mencari lebih banyak cara untuk meningkatkan lebih lanjut promosi.
- d) Memainkan peran penting dalam pemasaran untuk membawa lebih banyak klien untuk perbaikan lebih lanjut dari penjualan.
- e) Menangani perencanaan dan pelaksanaan penjualan.
- f) Mengambil tindakan yang diperlukan untuk pelanggaran dan ketidakkonsistenan yang dilakukan oleh karyawan dibawah pengawasan.

3) Kepala Bagian administrasi.

Tugas utama seorang kepala bagian administrasi adalah memantau dan mengevaluasi berbagai aktivitas yang terjadi didalam ruang lingkup perusahaan dalam hal ini bagian dan mengelola data untuk melacak dan melaporkan kepada atasan.

Berikut ini merupakan tanggung jawab dari kepala bagian administrasi:

- a) Merencanakan, melaksanakan, mengendalikan kegiatan administrasi perusahaan.
- b) Menyediakan berbagai kebutuhan administrasi dalam proses berlangsungnya kegiatan perusahaan.
- c) Mencatat semua proses pengeluaran dan pemasukan keuangan perusahaan.
- d) Melaporkan berbagai hasil dan kegiatan perusahaan dalam bentuk laporan pertanggung jawaban.

4) Kepala bagian operasional

Tugas utama seorang kepala bagian operasional adalah mengkoordinasikan kegiatan operasional perusahaan didalam maupun diluar perusahaan.

Berikut ini merupakan tanggung jawab dari kepala bagian operasional:

- a) Mempersiapkan seluruh keperluan operasional perusahaan.
- b) Mengkoordinasikan setiap proses kegiatan kebagian-bagian yang terlibat.

- c) Mempersiapkan program-program yang akan dilaksanakan.
 - d) Pengelolaan perlengkapan perusahaan.
- 5) Kepala bagian keuangan

Tugas utama kepala bagian keuangan adalah mengawasi dan merencanakan penjualan pada perusahaan.

Berikut ini merupakan tanggung jawab dari kepala bagian keuangan :

- a) Mengawasi anggaran perusahaan.
- b) Merencanakan penjualan.
- c) Bertanggung jawab dalam penerimaan dan pengeluaran perusahaan.

2. Pendapatan pada PT. Musita Tour And Travel - Palembang

Sebagaimana telah diuraikan pada bagian pendahuluan PT. Musita Tour And Travel – Palembang ini merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa yaitu melakukan penjualan tiket pesawat untuk penerbangan baik penerbangan dalam negeri maupun luar negeri, di mana PT. Musita Tour And Travel telah berkerja sama dengan beberapa maskapai penerbangan dalam menjalankan kegiatan penjualan tiket pesawat terbang.

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 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

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 perdagangan atau manufaktur yang memperoleh pendapatannya dari menjual barang atau produk pendapatan operasinya disebut dengan penjualan (*sales revenue*).

Pendapatan PT. Musita Tour And Travel – Palembang adalah pendapatan operasi perusahaan (penjualan tiket) yang didapat dari fee (komisi) penjualan tiket pesawat terbang. Besarnya perolehan komisi dari tiap tiket tergantung dari kebijakan maskapai penerbangan yang bekerja sama dengan perusahaan.

Tabel IV.1
PT. Musita Tour And Travel Palembang
Daftar Pendapatan Sebelum Menggunakan Sistem Penjualan *E-Commerce*
Tahun 2006-2008
(Dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan
2006	Rp 268,597,010
2007	Rp 227,656,727
2008	Rp 234,881,310

Sumber : PT. Musita Tour And Travel Palembang 2012

Tabel IV.2
PT. Musita Tour And Travel Palembang
Daftar Pendapatan Setelah Menggunakan Sistem Penjualan *E-Commerce*
Tahun 2009-2011
(Dalam Rupiah)

Tahun	Pendapatan
2009	325,629,301
2010	300,760,968
2011	278,903,614

Sumber : PT. Musita Tour And Travel Palembang 2012

Pada tabel diatas dapat dilihat pendapatan pada PT. Musita Tour And Travel – Palembang sebelum menggunakan sistem penjualan *E-Commerce* dan setelah menggunakan sistem penjualan *E-Commerce*. Terdapat penurunan pendapatan pada tahun 2006-2007 dan peningkatan pada tahun 2007-2008, dan pada awal penerapan sistem penjualan *E-Commerce* yaitu pada tahun 2009 mengalami peningkatan tetapi pada thun 2010 dan 2011 perusahaan mengalami penurunan pendapatan.

3. Sistem Penjualan *E-Commerce* pada PT. Musita Tour And Travel – Palembang.

PT Musita Tour And Travel 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 bisa 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 kelemahan 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 dipertanggungjawabkan.

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 yang baik karena dapat mencapai konsumen secara global.

Sistem penjualan tiket pesawat pada PT Musita Tour And Travel telah menggunakan sistem online, dimana pelanggan bisa memesan tiket secara langsung maupun secara online dengan cara mengunjungi Website perusahaan. Selain itu untuk melakukan kegiatan operasional perusahaan PT. Musita Tour And Travel juga menggunakan sistem online dalam penghubungan pemesanan tiket dari pihak perusahaan kepada pihak maskapai penerbangan.

Pelaksanaan sistem penjualan E-Commerce yang diselenggarakan PT. Musita Tour And Travel terdiri dari beberapa proses yaitu:

a. Adanya situs web perusahaan

Situs web perusahaan merupakan syarat wajib untuk menyelenggarakan kegiatan *E-Commerce*. Dengan adanya situs web maka pelanggan 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 maskapai penerbangan. Web harus dibuat dengan tampilan yang menarik serta memuat beraneka ragam

produk agar bisa membuat pengunjung dari situs web tersebut menjadi tertarik dengan penawaran tiket yang ditawarkan oleh perusahaan. Tidak lupa harga tiket pesawat dicantumkan sebagai informasinya.

Situs web yang dapat diakses untuk mengunjungi PT. Musita Tour And Travel adalah <http://musitaturandtravel.com/>. Pada situs web PT. Musita Tour And Travel kita dapat melihat berbagai penawaran tiket penerbangan dari tiga maskapai penerbangan yaitu lion air, sriwijaya air, serta garuda airlines. Untuk memudahkan pelanggan dalam mengetahui harga tiket perusahaan maka PT. Musita Tour And Travel juga mencantumkan harga tiket pesawat.

Melalui penyelenggaraan perdagangan secara online di internet ini, PT. Musita Tour And Travel 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 bisnis. Dengan lebih dikenalnya PT. Musita Tour And Travel secara otomatis pemasaran pun menjadi luas. Pada situs web ini juga dijelaskan tata cara melakukan pemesanan tiket secara online beserta syarat dan ketentuannya

b. *E-Mail*

E-Mail adalah surat elektronik, surat yang ditulis dalam bentuk elektronik dan dikirim melalui media elektronik. *E-mail* merupakan sarana yang menghubungkan antara dua orang atau lebih untuk berkomunikasi secara langsung melalui media internet.

E-Mail berfungsi menghubungkan antara pelanggan dengan para tenaga kerja (operator) yang bertugas dibagian penjualan untuk melakukan kegiatan pemesanan tiket serta tambahan informasi mengenai tiket pesawat.

Proses pelaksanaan sistem yang terjadi di PT. Musita Tour And Travel menggunakan software yang membantu kegiatan sistem yang terjadi di perusahaan. Sistem penjualan E-Commerce pada PT. Musita Tour And Travel berlangsung melalui sistem dengan proses yang saling terhubung antar sistem ke sistem dengan menggunakan jaringan komputer. Sistem penjualan yang dilakukan pada perusahaan ini adalah dengan menggunakan sistem internet sebagai cara yang ditempuh dalam pelaksanaan kegiatan penjualan tiket pesawat.

Dalam pelaksanaan kegiatan operasi perusahaan PT. Musita Tour And Travel – Palembang memiliki e-mail perusahaan yaitu [http://gppsspl9@yahoo.com/](mailto:gppsspl9@yahoo.com/), dimana e-mail tersebut digunakan untuk mempermudah berhubungan antara pelanggan dengan tenaga kerja (operator) dari pihak perusahaan serta juga digunakan untuk dapat



berkomunikasi langsung dengan maskapai penerbangan yang bekerja sama dengan pihak perusahaan untuk mendapatkan informasi secara cepat dan akurat.

c. *E-Ticket*

E-Ticket merupakan tiket yang diperoleh dari pemesanan tiket secara online. Pada PT. Musita Tour And Travel – Palembang *E-Ticket* telah diterapkan seiring dengan pelaksanaan kegiatan penjualan tiket perusahaan, dimana dari awal berdiri sampai tahun 2008 PT. Musita Tour And Travel Palembang hanya menggunakan sistem manual, dan pada tahun 2009 perusahaan ini telah menerapkan sistem *E-Ticket* dimana untuk lebih memudahkan pelanggan atau pun perusahaan dalam melaksanakan kegiatan penjualan tiket penerbangan. Berikut tampilan *E-Ticket*.

Gambar IV. 2**E-Ticket**<https://agent.lionair.co.id/LionAgentsOPS/Confirmation>

Language: - Please Select -

Your Details

Booking being ticketed by: iin iin

Thank you for choosing to travel with Lion Air. Please find below your booking confirmation and itinerary details.


Reservation DetailsBooking Reference [LJBPM](#)

Date Of Booking 05 March, 2012

Passenger Details

Name	Lion Passport No.	Ticket Number	Special Request
1. MR M YAMIN MYAMIN	NA	9902180705478	NA

Itinerary Details

Flight	Departing	Arriving	Details	Class	Seat	Meals	Status
 JT 343 737-900ER	Palembang (PLM) 17:50 Mon, 05 Mar	Jakarta (CGK) 19:00 Mon, 05 Mar	0 Stops 1h 10m	X	Check In Required	N/A	Confirmed

Fare Details

Published Fare	IDR	259,600
Total Taxes	IDR	5,000
Total Fare	IDR	264,600

[HOME](#)[BACK](#)[PRINT](#)[Terms & Conditions](#) | [Privacy](#)

Copyright © 2008 Lion Air. All Rights Reserved

B. Pembahasan

1. Pendapatan PT. Musita Tour And Travel - Palembang

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis yaitu analisis pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan *E-Commerce* pada PT. Musita Tour And Travel – Palembang maka dari data primer yang telah dikumpulkan dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara, maka gambaran tentang pendapatan sebelum dan sesudah menggunakan sistem penjualan *E-Commerce* dapat dilihat melalui tabel IV. 1 dan IV. 2.

Dari perbandingan tabel pendapatan IV. 1 dan IV. 2 dapat dilihat bahwa sebelum menggunakan sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan perusahaan pada PT. Musita Tour And Travel tidak mengalami peningkatan yang signifikan dimana pada tahun 2006-2007 mengalami penurunan sebesar Rp 40.940.283 dan pada tahun 2007-2008 mengalami sedikit peningkatan pendapatan sebesar Rp 7.224.583, akan tetapi pada tahun pertama diterapkannya sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan perusahaan mengalami peningkatan pada tahun 2008-2009 sebesar Rp 90.747.991 pada tahun 2009-2010 pendapatan perusahaan mengalami penurunan sebesar Rp 24.868.333 dan pada tahun 2010-2011 pendapatan juga mengalami penurunan sebesar Rp 21.857.354.

Pendapatan PT. Musita Tour And Travel – Palembang pada tahun 2008 Rp 234.881.310 dan pada tahun 2009 sebesar Rp 325.629.301 dapat dilihat bahwa pada tahun pertama penerapan sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan perusahaan mengalami peningkatan sebesar Rp 90.747.991.

Pendapatan PT. Musita Tour And travel – Palembang mengalami penurunan dari tahun ketahun setelah melakukan penerapan sistem penjualan *E-Commerce* hanya pada tahun pertama perusahaan mengalami peningkatan pendapatan. Hal ini disebabkan karena banyaknya travel agent lainnya yang mulai menerapkan sistem penjualan *E-Commerce*. Selain itu kurang maksimalnya promosi yang dilakukan perusahaan sehingga kurang menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi, dan juga pelayanan yang diberikan perusahaan kurang cepat dalam memahami keinginan konsumen, hal ini sangat perlu diperhatikan oleh pihak manajemen perusahaan di karenakan semakin pesatnya perkembangan persaingan pada perusahaan travel agent penerbangan yang mengharuskan perusahaan untuk lebih memperhatikan keinginan konsumen.

2. Analisis Pendapatan Sebelum Dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan E-Commerce PT. Musita Tour And Travel – Palembang.

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

Sebelum melakukan penerapan sistem penjualan *E-Commerce* perusahaan PT. Musita Tour And Ttravel – Palembang menggunakan sistem manual dalam melakukan penjualan tiket pesawat terbang. Pada penggunaan sistem manual pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan bahkan mengalami penurunan.

Pada awal penerapan sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2009 tetapi pada tahun selanjutnya pendapatan perusahaan mengalami penurunan, tetapi jika perusahaan memaksimalkan penggunaan *E-Commerce* perusahaan dapat meningkatkan pendapatan di karenakan keunggulan / manfaat yang didapat dari penggunaan sistem ini sangat banyak, diantara lain keunggulannya adalah sebagai berikut:

- 1) Bagi Konsumen : harga lebih murah, belanja cukup pada satu tempat.
- 2) Bagi Pengelola bisnis: efisiensi, tanpa kesalahan, tepat waktu
- 3) Bagi Manajemen: peningkatan pendapatan serta loyalitas pelanggan.

E-commerce adalah suatu kegiatan jual beli melalui perantara media elektronik. Media yang berperan penting dalam kegiatan e-commerce adalah internet. Untuk dapat mengakses internet dibutuhkan media pendukung yaitu komputer sebagai media elektroniknya.

Kegiatan *E-Commerce* yang diselenggarakan PT. Musita Tour And Travel didukung oleh software lokal yang berfungsi menghubungkan fungsi yang ada, saat ini fungsi yang terkait dalam sistem penjualan *E-Commerce* PT. Musita Tour And Travel adalah fungsi penjualan dimana sistem yang ada terhubung dengan website perusahaan serta terhubung juga dengan maskapai penerbangan guna mempermudah dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan yang berupa penjualan tiket pesawat serta pemesanan tiket oleh pelanggan.

Selanjutnya berdasarkan analisa yang dilakukan penulis akan menguraikan beberapa pendukung kegiatan *E-Commerce* adalah sebagai berikut:

a. Internet

Internet yang digunakan untuk perdagangan online (*E-Commerce*) yaitu internet dengan akses kecepatan yang tinggi. Jika 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.

Untuk mengatasi hal-hal yang dapat menghambat kegiatan *E-Commerce* tersebut maka internet yang digunakan adalah internet dengan kecepatan dan kinerja tinggi agar proses bisnis berlangsung dengan cepat dan tepat waktu. Selain internet berkecepatan tinggi dan kinerja tinggi dibutuhkan juga ahli teknologi informasi yang mampu mengendalikan dan mengatasi kendala-kendala teknis.

b. *E-Mail*

Penggunaan E-Mail untuk dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi antara pihak penjual dan pembeli. E-mail disini berfungsi sebagai 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. Musita Tour And Travel menggunakan *E-Mail* untuk dapat berkomunikasi dengan customer dalam kegiatan pemesanan tiket pesawat terbang oleh customer serta pembelian tiket ke pihak maskapai penerbangan. *E-mail* yang digunakan pada perusahaan ini adalah [http://gppssl9@yahoo.com/](mailto:gppssl9@yahoo.com/).

c. Website

Situs web yang dapat diakses untuk mengunjungi PT. Musita Tour And Travel Palembang adalah <http://musitaturandtravel.com/>. Pada situs web PT. Musita Tour And Travel Palembang kita dapat melihat harga tiket pesawat maskapai penerbangan. Untuk memudahkan pelanggan mengetahui harga tiket perusahaan mencantumkan label harga tiket. Untuk melaksanakan kegiatan *E-Commerce*, situs web PT. Musita Tour And Travel telah memenuhi syarat dan sesuai dengan standar perdagangan online. Dimana pada website perusahaan dapat dilihat berbagai macam tiket pesawat dengan berbagai tujuan penerbangan baik dalam negeri

maupun luar negeri, dan disini juga dilampirkan harga tiket tersebut, begitu pula ketentuan cara pemesanan tiket secara *online* dilampirkan.

Sebelum menggunakan sistem penjualan *E-Commerce* pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan yang signifikan bahkan mengalami penurunan. Tetapi setelah menerapkan sistem penjualan *E-Commerce* pada tahun pertama penerapan sistem penjualan *e-commerce* pihak perusahaan PT. Musita Tour And Travel – Palembang mengalami peningkatan pendapatan pada tahun 2008-2009 sebesar Rp 90.747.991 dan ketika mengalami penurunan, pendapatan perusahaan masih lebih besar dibandingkan sebelum melakukan penerapan sistem 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 penjualan *e-commerce* untuk memasarkan berbagai produk dan jasa.

Seiring berjalannya waktu banyaknya pesaing yaitu pihak perusahaan travel agents penerbangan di kota Palembang yang mulai menerapkan sistem penjualan secara *online* (*E-commerce*) dan menggunakan internet, *e-mail* serta website sebagai alat untuk menunjang aktifitas perusahaan menyebabkan dampak kepada pihak PT. Musita Tour And Travel - Palembang. Terjadi penurunan pendapatan pada tahun 2009 – 2010 sebesar Rp 24.868.333 dan pada tahun 2010-2011 juga mengalami penurunan sebesar Rp 21.857.354.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan uraian-uraian sebelumnya, maka dalam bab ini akan memberikan simpulan secara singkat serta saran-saran yang diperlukan. Simpulan dan 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 di masa yang akan datang.

A. Simpulan

Pendapatan PT. Musita Tour And Travel sebelum melakukan penerapan system penjualan *E-commerce* tidak mengalami peningkatan secara signifikan bahkan mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2006 – 2007 sebesar Rp 40.940.283 pada tahun 2007-2008 mengalami sedikit peningkatan sebesar Rp 7.224.583. Tetapi pada awal penerapan system penjualan *E-Commerce* pendapatan pada PT. Musita Tour And Travel mengalami peningkatan yaitu pada tahun 2008-2009 sebesar Rp 90.747.991, tetapi pada tahun kedua dan ketiga yaitu pada tahun 2009-2010 mengalami penurunan sebesar Rp 24.868.333 dan pada tahun 2010-2011 pendapatan mengalami penurunan sebesar Rp 21.857.354. Pendapatan perusahaan tidak mengalami peningkatan secara signifikan setelah menerapkan sistem penjualan *E-Commerce* , hanya di tahun awal saja pendapatan mengalami peningkatan.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan, maka penulis memberikan saran kepada pihak manajemen PT. Musita Tour And Travel – Palembang sebaiknya manajemen perusahaan perlu memaksimalkan Sistem Penjualan *E-Commerce* karena banyak manfaat yang didapat dari penerapan system tersebut. Dengan memaksimalkan penggunaan sistem ini akan dapat membantu meningkatkan pendapatan bagi perusahaan yang menggunakan sistem ini, tidak hanya perusahaan yang mengalami keuntungan tetapi dengan penggunaan sistem ini juga dapat memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi terhadap perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Srihartati. **perkembangan e commerce di Indonesia**".
www.cert.or.id/~budi/presentations/e-commerce-indonesia.ppt.
- Gao Yuan, 2005. **Encyclopedia of Information Science and Technology**, <http://www.google.com>
- Husein Umar. 2003. **Metode Penelitian Edisi Revisi**, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Keneth E. Kendall dan Julie E. Kendall. 2003. **Analisis dan Pengembangan Sistem**. PT Prehalindo. Jakarta.
- M. Iqbal Hasan. 2001. **Pokok-Pokok Materi Statistik I (statistik Desriptif)**. PT. Bumi Asih, Jakarta.
- M. Antar Temmangingsi. 2011. [Http://masterbiznet.com/pemasaran-bisnis/ruang-lingkup-electronic-commerce.html](http://masterbiznet.com/pemasaran-bisnis/ruang-lingkup-electronic-commerce.html)
- Naboo Ismail. 2006. **Analisis dan perancangan E-Marketing Berbasis Customer Relationship Management (IRM)** pada PT. Nutri Gizindo.
- Pance Agusdi. 2009. **Analisis Sistem Penjualan E-Commerce dalam Rangka Pengimplementasian Software Enterprise Resource Planning (ERP) pada Toko Komputer Intikomp Palembang**.
- Peter Fingar et al, 2000. **Tipe Aplikasi E-Commerce** www.presentations/e-commerce.
- Purba Ronni S, 2005. **Konsep E-Commerce**., <http://www.kotadingin.cc.cc>
- Raymon McLeod dan George P. Schell. 2009. **Sistem Informasi Manajemen**. Salemba Empat, Jakarta.
- Saputro, W Hendra. **Pengertian e-commerce**, <http://www.baliorange.web.id/pengertian-ecommerce>.
- Soemarso S.R. 2004. **Akuntansi Suatu Pengantar**. Salemba Empat, Jakarta.
- Sofyan Syafri. 2001. **Teori Akuntansi**, Edisi Ketiga, Salemba Empat, Jakarta.
- Sowardjono. 2002. **Akuntansi Pengantar Edisi Ketiga**. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Suryarini. 2004. **E-Commerce**. <http://www.sentralweb.com/jbptgundarma-gdl-course-2004-suryainiw-55-sim1-eco-pdf>.
- Sugiyono. 2004. **Metode Penelitian Bisnis**. Penerbit Alfabeta. Bandung

Thomas R. Dyekman dan Roland E. Dukes.2005.**Akuntansi Intermediete Edisi Ketiga**. Jakarta

Wiwied. 2009. *E-Commercere*. Wiwied.staff.gunadarma.ac.id/download/files/.../slide_E-Commerce.pdf.

Nomor : 057/PM/II/2012
Perihal : Selesai Riset
Lampiran : 1 Lembar

SURAT KETERANGAN

Dengan Hormat,
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Damri Syamsuddin SE,.Ak
Jabatan : Direktur Utama PT. Musita Tour And Travel
Alamat : Jl. Kapten A. Rivai No. 263 Palembang

Menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini:

Nama : Agustina Saputra
Nim : 22.2008.257
Jurusan : Akuntansi
Program Studi : Strata 1 (S-1)

Memang benar telah melaksanakan Studi Riset di PT. Musita Tour And Travel,
sebagai bahan pembuatan skripsi.

Demikianlah surat keterangan ini saya buat dengan sebenarnya dan dapat
dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat Kami
Direktur Utama



Ahmad Damri Syamsuddin SE,.Ak



ERTIFIKAT

359/J-10/FE-UMP/SHA/IV/2010

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

DIBERIKAN KEPADA :

NAMA : AGUSTINA SAPUTRA
NIM : 222008257
JURUSAN : Akuntansi

Yang dinyatakan LULUS Membaca dan Hafalan Al - Qur'an
di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang
Dengan Predikat SANGAT MEMUASKAN

Palembang, 20 April 2010

an. Dekan

Pembantu Dekan IV



Drs. Antoni

Unggul dan Islami

ECONOMICS FACULTY

UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH PALEMBANG
LANGUAGE INSTITUTE & CAREER

Jl. Ahmad Yani - 14 Ulu Palembang

Telp. 0711.511433

e-mail: lbpk_feump@yahoo.com

TOEFL PREDICTION TEST

FULL NAME	TIME TAKEN
AGUSTINA SAPUTRA	08.00-10.00 AM

SEX	DATE OF BIRTH	TEST DATE
M/F	D / M / Y	D / M / Y
F	14-Aug-1990	21-Jan-2012

EXAMINEE'S NUMBER
1199

TOEFL PREDICTION SCORES

SECTION 1	SECTION 2	SECTION 3	TOTAL SCORE
	37	41	403

DATE OF REPORT
07/02/2012

Prof. Dr. Indawan Syahri, M.Pd.

Consultant

When properly signed, this report certifies that the candidate whose name appears above has taken the TOEFL prediction Test of Economics faculty - language institute & career under secure conditions. This score is valid for only six months. This report is confidential

Muhammad Fahmi., S.E., M.Si

CHAIRMAN



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

M i s s i m

NO. 122 /H-4/UMP/III/2011

Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Palembang
Menerangkan dan Memberikan Piagam kepada :

Nama : AGUSTINA SAFUTRA
Tempat/Tgl.Lahir : PALEMBANG, 14 AGUSTUS 1990
Nomor Pokok Mahasiswa : 22 2008 257
Fakultas/Jurusan : EKONOMI - AKUNTANSI

Telah mengikuti Kuliah Kerja Nyata Tematik Posdaya Angkatan I yang dilaksanakan dari tanggal 14 Juli sampai dengan 19 Agustus 2011 bertempat di

Kelurahan : 3/4 ULU (I)
Kecamatan : SEBERANG ULU I
Kota : Palembang
Tema : Lingkungan Hidup Yang Bersih & Nyaman
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus
Dengan Nilai : A



Mengetahui
Rektor,

Dr. M. Kris, SE. M.Si
NIB/NIDN : 786010 / 0213106001

Palembang, 27 Agustus 2011
Ketua Lembaga Penelitian dan
Pengabdian Pada Masyarakat



Dr. Alkhanannasir, M.Si
NIB/NIDN : 764493 / 0229086601

KARTU AKTIVITAS BIMBINGAN SKRIPSI

HASISWA : AGUSTINA SAPUTRA	PEMBIMBING
: 22 2008 257	KETUA : Betri Sirajuddin, S.E, Ak., M.Si
: AKUNTANSI	ANGGOTA :

RIPSI : PENGARUH SISTEM PENJUALAN E-COMMERCE TERHADAP PROSES PENDAPATAN PADA TRAVEL AGENTS PENERBANGAN DI KOTA PALEMBANG

/BL/TH SULTASI	MATERI YANG DIBAHAS	PARAF PEMBIMBING		KETERANGAN
		KETUA	ANGGOTA	
-2012	Buku 1/5/3			keuangan
-2012	Latihan Nelayan			sehat RS
-2012	Keuangan			tabung kery
2012	Buku 1/5/3			tabung kery
2012	Buku 1/9/5			keuangan
2012	Buku 1/5/5			keuangan
-2012	Buku 1/6/5			Acc
	As Stral			keuangan
-2012	As Stral			

Di keluarkan di : Palembang
 Pada tanggal : / /

a.n. Dekan
 Ketua Jurusan,



Dr. Sunardi, S.F. M.Si

liberikan waktu menyelesaikan Skripsi,
 tung sejak tanggal ditetapkan

BIODATA PENULIS

Nama : Agustina Saputra
Nim : 22 2008 257
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 14 Agustus 1990
Jenis kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. Sultan Mansyur No. 34 Rt. 12 Rw. 05, Kel. 32 Ilir
Palembang
Pekerjaan : Mahasiswa
No. Telp : 0813.7338.5161
Nama Orang Tua
1. Ayah : Drs Hanny Saputra M.M
2. Ibu : Yashinta
Pekerjaan Orang Tua
1. Ayah : PNS
2. Ibu : Ibur Rumah Tangga
Alamat Orang Tua : Jl. Sultan Mansyur No. 34 Rt. 12 Rw. 05, Kel. 32 Ilir
Palembang

Palembang,.....
Penulis

Agustina Saputra

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN

JURUSAN MANAJEMEN (S1)

JURUSAN AKUNTANSI (S1)

MANAJEMEN PEMASARAN (D III)

IZIN PENYELENGGARAAN

No. 3619/DIT/K/II/2010

No. 3620/DIT/K/II/2010

No. 3377/DIT/K/II/2009

AKREDITASI

No. 018/BAN-PT/Ak-XI/S1/VI/II/2008 (B)

No. 044/BAN-PT/Ak-XI/S1/VI/2011 (B)

No. 005/BAN-PT/Ak-XI/Dpl/III/VI/2010 (B)

alamat: Jalan Jenderal Ahmad Yani 13 Ulu (0711) 511433 Faximile (0711) 518018 Palembang 30263

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Hari/Tanggal Ujian : Jumat, 02 Maret 2012
 Waktu Ujian : 13.00 - 17.00 WIB
 Nama Mahasiswa : Agustina Saputra
 NIM : 22 2008 257
 Program Studi : Akuntansi
 Mata Kuliah Pokok : Sistem Informasi Akuntansi
 Judul Skripsi : Analisis Pendapatan Sebelum dan Sesudah Penerapan Sistem Penjualan *E-Commerce* Pada PT. Musita Tour and Travel - Palembang

TELAH DIPERBAIKI DAN DISETUJUI OLEH TIM PENGUJI SERTA PEMBIMBING SKRIPSI SEHINGGA DIPERKENANKAN UNTUK MENDAFTAR WISUDA

NAMA DOSEN	JABATAN	TGL PERSETUJUAN	TANDA TANGAN
Betri Siradjuddin, S.E., Ak., M.Si	Pembimbing	19-03-2012	
Hj. Yuhanis Ladewi, S.E., Ak., M.Si	Ketua Penguji	24-03-2012	
Betri Siradjuddin, S.E., Ak., M.Si	Anggota Penguji 1	15-03-2012	
M. Orba Kurniawan B, S.E., S.H., M.Si, BKP	Anggota Penguji 2	16-03-2012	

Palembang, Maret 2012
 An. Dekan
 Ketua Program Studi Akuntansi


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