

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Misi dan visi setiap perusahaan sewajarnya menyimpan tujuan yang pasti sama yaitu keuntungan dan kesuksesan, Tapi itu saja masih tidak cukup perusahaan juga dituntut dapat bersaing dengan kompetitor. Agar posisi perusahaan tidak tergeserkan oleh *competitor* lain perusahaan harus menaikkan penjualan sehingga tercapainya keuntungan yang optimal. PT. United Tractors Tbk / UT (IDX: UNTR) ialah sebuah distributor alat konstruksi terbesar dan ternama di tanah air yang menyuplai produk dari merek dagang seluruh dunia contohnya ; *UD Trucks, Komatsu, Scania, Tadano, dan Bomag*. PT. United Tractors tersebut memberi tahu bahwa adanya pengimplementasian *e-commerce* kepada proses bisnis di perusahaan terkait. Data awal yang digunakan pada awal kali memulai karir di tahun 1972 hingga sampai di tahun 2014 dengan penggunaan sistem penjualan secara manual, pada tahun 2015 PT. United Tractors memulai menerapkan cara penjualan *e-commerce* (secara *online*). dengan karenanya, terdapat perubahan aliran pendapatan masuk pada PT. United Tractors dikarena pada dasarnya hadir penjualan secara *online* , perusahaan dapat mencapai konsumen global dan menghapus jarak penjualan dan pemasaran. Ini menjadi sangat mudah untuk melaksanakan penjualan secara optimal dan menyeluruh.

Tabel I.1

Data Keuangan PT. United Tractors Tbk 2013-2020

No	Tahun	Pendapatan	Persentase
1	2013	Rp 51.012.385	-
2	2014	Rp 53.141.768	4,01%
3	2015	Rp 49.347.479	-7,69%
4	2016	Rp 45.539.238	-8,36%
5	2017	Rp 64.559.204	29,46%
6	2018	Rp 84.624.733	23,71%
7	2019	Rp 84.430.478	-0,23%
8	2020	Rp 60.346.784	-39,91%

Sumber Data : PT. Bursa Efek Indonesia

Pendapatan sebelum penjualan dengan *e-commerce* tahun 2013-2014 tidak berubah signifikan, Sesudah menggunakan *e-commerce* pada tahun 2015 terjadi penurunan sampai tahun 2016 sehingga 8,36%, Pada tahun 2017 pendapatan perusahaan mengalami peningkatan sampai tahun 2018 , Lalu terjadi lagi penurunan pada tahun 2019-2020. Karna alasan tersebut peneliti tertarik untuk menetapkan judul penelitian **“Analisis Penerapan Aplikasi E-Commerce Dalam Meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada PT. United Tractors Tbk”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimanakah penerapan aplikasi *e-commerce* dalam peningkatan pendapatan masuk sebelum dan juga sesudah penggunaan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. United Tractors Tbk?

C . Tujuan Penelitian

Tujuan kami pada penelitian ialah untuk dapat mengetahui penerapan cara penjualan *e-commerce* dalam peningkatan pendapatan pada penjualan *e-commerce* di PT. United Tractors Tbk.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Definisi E-Commerce

(Turban et al., 2015:7) *e-commerce* berdefinisikan dengan transaksi komersil dengan melibatkan barter nilai yang dilaksanakan diantara / dengan kemajuan teknologi digital di antara perorangan.

(Laudon dan Traver, 2017: 11-12) pada Media *e-commerce* menyertakan pengguna internet, (*world wide web*), dan juga aplikasi di perangkat pintar untuk melakukan bisnis. perangkat pintar adalah pengembangan modern pada infrastruktur di Internet dari tablet dan *smartphone* dengan jaringan tanpa kabel layanan jaringan selular / (*wifi*).

(Laudon dan Traver, 2017:8-9) Media di *e-commerce* menyertakan pemakai internet, aplikasi dan *world wide web* atau browser di perangkat ponsel atau mobile untuk melakukan transaksi berbau bisnis. Platform mobile ialah

pengembangan terbaru pada infrastruktur di Internet dengan semua perangkat pintar seperti *smartphone* dan tablet computer melalui jaringan nirkabel (*wifi*) / layanan pada ponsel.

1.1 Jenis-jenis *E-Commerce*

Menurut pendapat Kotler dan Armstrong (2014:526) *E-Commerce* adalah situs / perusahaan yang memberi penawaran transaksi / memberi fasilitasi pasar produk dan juga jasa dengan cara *online*. Ada 4 wilayah pasar *online* yaitu:

a. Bisnis ke Konsumen/*Business to Consumers (B2C)*

Bisnis ke Konsumen ialah melakukan transaksi barang / jasa secara *online* dengan konsumen di posisi akhir.

b. Bisnis ke Bisnis/*Business to Business (B2B)*

Bisnis ke Bisnis dengan *web B2B*, surat elektronik, katalog produk *online*, cakupan pasar *online* dan juga sumber dayanya yang lain untuk menggapai konsumen bisnis yang baru, melayani konsumen yang sekarang secara lebih efektif dan menggapai efisiensi transaksi dan harga yang lebih baik.

c. Konsumen ke Bisnis/*Consumers to Business (C2B)*

Pemasaran *online* konsumen kepada bisnis (*C2B, Consumers to Business*). adalah barter *online* di sana konsumen melakukan kegiatan mencari dan menemukan penjual, belajar memberi penawaran mereka atau juga memulai pembelian yang kadang bahkan mengeser persyaratan transaksi.

d. Konsumen ke Konsumen/*Consumers to Consumers (C2C)*

Setengah dari luas pemasaran *online* konsumen kepada konsumen (*C2C, Consumer to Consumer*) dan juga komunikasi dilakukan pada internet dengan perantara pihak yang memiliki kemauan atas perumpamaan cakupan subjek dan produk.

1.2 Manfaat *E-Commerce*

Penggunaan *e-commerce* pada suatu perusahaan memiliki beberapa keuntungan menjadi sistem transaksi yaitu :

a. Bisa menaikkan *market exposure* (pangsa pasar)

Pasar internet yang menjadikan semuanya sebagai pengguna di seluruh belahan dunia bisa ber-transaksi dan menjual produk yang di pasarkan hanya melalui media elektronik & tanpa memiliki batas waktu ataupun jarak.

b. Menekan Penggunaan biaya operasional (*operating cost*)

Transaksi *e-commerce* sebagai transaksi yang lebih dari separuh besar operasionalnya dengan proses pada komputer menjadikan biaya seperti *showroom*, upah yang melebihi budget perusahaan, dan yang lain sebagainya tidak wajib terjadi nantinya.

c. Memperluas jangkauan (*global reach*)

Pasar internet yang bisa diakses oleh semua pengguna di dunia manapun tidak terbatas area & waktu karena semua pengguna bisa memasukinya hanya dengan menggunakan media penghubung elektronik.

2. Pendapatan Penjualan

Pendapatan adalah tujuan penting dari dirikannya suatu Usaha. menjadi suatu organisasi yang memiliki orientasi untung karena nya pendapatan memiliki fungsi penting. Pendapatan adalah faktor utama dari kegiatan pada perusahaan, dan pendapatan sangat memengaruhi perkembangan laba yang direncanakan akan menopang kelangsungan operasional sebuah perusahaan.

Menurut Diana & Setiawati (2017:361) menyatakan bahwa “ pendapatan ialah aliran masuk bruto dengan manfaat ekonomi yang terjadi dengan aktivitas normal berentitas saat suatu masa jika aliran masuk tercatat menyebabkan meningkatnya ekuitas yang bukan berasal dari ke-ikutsertaan penanaman modal usaha ”

Sedangkan pendapatan menurut pendapat Kartikahadi, dkk (2012:186) : Penghasilan berupa peningkatan guna ekonomi pada satu masa akuntansi dengan rupa pemasukan / peningkatan aset ataupun melemahnya kewajiban yang membuat peningkatan ekuitas yang bukan berasal dari keikutsertaan penanaman modal usaha.

3. Keterkaitan E-commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan

Majunya teknologi informasi di era industri 4.0 , menyumbang perubahan didalam berbagai aspek kebutuhan. Penduduk suka kegiatan yang berupa efisien, Di zaman digital ini semua individu dapat mengoperasikan *smart phone* mereka dikala memperingan aktivitas yang mereka lakukan.

Wibowo (2015:65) : “*E-Commerse* berupa suatu / asset teknologi, proses bisnis & aplikasi yang membuat hubungan perusahaan, komoditas dan konsumen dengan perantara transaksi elektronik dan pasar barang yang relevan dari data yang dilakukan secara *online*”. Melalui internet, penduduk bisa melakukan sangat banyak, contoh berbelanja tidak harus datang ke distributor, Order makanan melalui aplikasi tanpa harus keluar rumah, dan masih banyak lagi.

B. Penelitian Sebelumnya

Penelitian sebelumnya yang berjudul Analisis Penerapan aplikasi *e-commerce* dalam meningkatkan pendapatan penjualan pada PT. Dwidaya Worldwide Palembang (tahun 2016). Perumusan masalah : bagaimana pendapatan sebelum & sesudah penerapan sistem penjualan *e-commerce* pada PT. Dwidaya Worldwide?. Metode dipakai adalah metode kualitatif yang ber-fokus menguraikan, teknik mengumpulkan data yang digunakan adalah dokumentasi (data yang sudah pernah di tercatat), penelitian deskriptif berdasar tingkat eksplansinya, Hasil dari penelitian : perbandingan antara tabel pendapatan bisa di saksikan bahwa sebelum menggunakan *e-commerce* pendapatan tahun 2009 di PT. Dwidaya didapati melemah sebesar -18,25% , dan pada tahun 2011 yang telah menerapkan *e-commerce* pendapatan PT. Dwidaya di dapati naik hingga 35,9%, tahun 2012 menyentuh 41,12% dan di 2013 pendapatan meroket 85,81%, tahun 2014 pendapatan turun 9,14%, terakhir naik di 2015 jadi 49,82%.

1. Kerangka Konseptual

Berikut adalah Gambar I.1 kerangka yang menghubungkan antar pemikiran dalam penelitian ini.

