



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

SKRIPSI

**Analisis E-Readiness dan Difusi Electronic Commerce (E-commerce) pada CV Rempah Sari Padang
(Perusahaan Export Cassia Vera)**

Oleh :

Arief Budiman

06 952 048

Mahasiswa Program Strata Satu (S-1) Jurusan Manajemen

*Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat – Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi*

**PADANG
2011**



No. Alumni Universitas

Arief Budiman

No. Alumni Fakultas

BIODATA

a). Tempat/Tgl lahir: Padang panjang, 03 Desember 1987 b). Nama Orang Tua: H. Zulfahmi, Hj. Herma c). Fakultas: Ekonomi d). Jurusan: Manajemen e). No. Bp: 06 952 048 f). Tgl Lulus: 22 Januari 2011 g). Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h). IPK: 3, 20 i). Lama Studi: 4 tahun 5 bulan j). Alamat Orang Tua: Jl. Batipuh Baruah No. 125, Kec Batipuah

Analisis E-Readiness dan Difusi Electronic Commerce (E-Commerce) pada CV Rempah Sari Padang (Perusahaan Export Cassia Vera)

Skripsi S1 Oleh: **Arief Budiman**, Pembimbing: **DR. Vera Pujani, SE, M.Tech**

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui E-Readiness dan Difusi E-Commerce pada CV Rempah Sari Padang, dimana akan dilihat seberapa jauh kesiapan elektronik pada CV Rempah Sari Padang. Metodologi analisis data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif maka analisis yang digunakan sesuai dengan tujuan penelitian. Maka analisis coding (theme) digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Hasil penelitian dari wawancara adalah CV Rempah Sari Padang membutuhkan e-commerce sebagai alat transaksi, karena dengan e-commerce mempermudah transaksi dan mengurangi biaya dalam bertransaksi di banding cara sebelumnya. Adapun ancaman e-commerce perusahaan telah siap untuk mengatasinya dengan memiliki tenaga IT untuk menjaga keamanan software yang mereka miliki dan adapun teknologi terbaru saat ini perusahaan hanya menggunakan teknologi sesuai dengan kebutuhan sebagai penunjang dalam mengoperasikan e-commerce untuk bertransaksi perdagangan pada kegiatan perusahaan.

Kata Kunci: *E-readiness, E-commerce*

Abstract

The purpose of this study was to determine the E-Readiness and E-Commerce Diffusion in CV Rempah Sari Padang, which will be seen how far the electronic readiness to resume Rempah Sari Padang. Data analysis methodology used is a qualitative approach to the analysis used in accordance with the purpose of research. So the coding analysis (theme) is used to answer the problem formulation. The results of the interview is CV Rempah Sari Padang require e-commerce as a means of transaction, because of the ease of e-commerce transactions and reduce transaction costs in the appeal in the previous manner. The threat of e-commerce companies are ready to cope with having IT staff to maintain the security software they have and as for the latest technology currently uses only technology company in accordance with the needs for support in operating e-commerce to transact commerce on the company's activities.

Keyword: *E-readiness, E-commerce*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 22 Januari 2011, telah disetujui oleh pembimbing dan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	DR. Vera Pujani, SE, M.Tech	Dra. Hj. Yanti, MM	Suziana, SE, MM

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen : **DR. Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
NIP. 197110221997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah terdaftar ke Fakultas / Universitas Andalas dan mendapat Nomor Alumnus :

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas :	Nama :	Tanda Tangan :
No. Alumni Universitas :	Nama :	Tanda Tangan :

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan cepatnya perkembangan bidang teknologi, perusahaan-perusahaan makin dipacu untuk menggunakan teknologi yang maju sebagai alat untuk tetap survive dan memenangkan persaingan yang kian hari terasa ketat dan keras. Akhir-akhir ini penggunaan internet yang menjurus kepada cyberspace kelihatannya akan mendominasi seluruh kegiatan di atas permukaan bumi di masa kini dan masa datang dan secara umum akan berubah menjadi alat untuk persaingan antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya. Ini pun akan membawa dampak yang sangat besar bagi setiap perusahaan. Dampak pada aspek persaingan adalah terbentuknya tingkat kompetisi yang semakin tajam. Globalisasi ekonomi juga membuat perubahan menjadi konstan, pesat, radikal, serentak, dan pervasif. Sehingga perusahaan harus memiliki kemampuan yang cepat untuk beradaptasi terhadap perubahan yang terjadi sehingga perusahaan akan mampu bersaing dengan para kompetitornya.

Seiring dengan kemajuan Teknologi Informasi tersebut dan perkembangan teknologi telekomunikasi dan komputer menyebabkan terjadinya perubahan kultur masyarakat sehari-hari dan terciptalah suatu integrasi antara komputer dan telepon atau sistem Computer Telephony Integration (CTI), yang mewujudkan media baru berupa internet.

Kemajuan teknologi yang berlangsung sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk melakukan praktek pemasaran dan bisnis yang baru. Internet,

sebagai bagian dari kemajuan teknologi, secara dramatis telah membentuk ulang pasar dan bisnis. Konsumen di seluruh dunia *ter-exposed* akan cara hidup dan konsumsi baru dan menginginkan banyak dari hal-hal yang mereka lihat. Bisnis pun mulai mengadopsi internet sehingga mendukung terciptanya sistem *e-commerce*, *e-marketing*, *e-education* dan sebagainya. (Oetomo, 2001:3)

Pesatnya perkembangan internet menjadi salah satu infrastruktur komunikasi yang termurah dan dengan tingkat penerimaan yang luas, menjadikan internet menjadi fasilitas pendukung dan bahkan sebagai urat nadi bisnis menjadi seakin nyata keunggulannya. Salah satu trend yang menyertai bisnis dalam jaringan internet adalah *e-commerce* baik *bussines-to-costumer* maupun *bussines-to-bussines* dengan membawa keunggulan internet seperti pelayanan 24 jam, akses dari segala penjuru dengan biaya yang relative murah dan kemudahan-kemudahan lainnya maka tidaklah mengherankan jika sekarang banyak organisasi bisnis ke dalam *e-commerce*

Penggunaan *e-commerce* pada saat ini merupakan syarat bagi sebuah organisasi atau perusahaan, agar perusahaan itu dapat bersaing secara global. Banyak penelitian yang menekankan efisiensi dalam penggunaan *e-commerce*. Selain itu juga peneliti banyak melihat dampak positif yang diberikan oleh *e-commerce* dibandingkan dampak negatifnya.

E-commerce yang merupakan basis dari mcommerce oleh Turban (2001) diidentifikasi terdiri dari *Business To Business* (B2B) dan *Business To Customer* (B2C). B2B merupakan aplikasi *ecommerce* antar bisnis, sedangkan B2C merupakan aplikasi *e-commerce* antara bisnis/perusahaan dengan konsumen.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui e-readiness dan difusi e-commerce, dalam konteks business-to-business e-commerce pada CV. Rempah Sari padang. Secara umum penggunaan e-commerce berdampak positif bagi perusahaan dan pelanggan. Dari hasil penelitian kami dapat di ambil kesimpulan.

1. CV. Rempah sari sangat menyadari dan membutuhkan e-commerce sebagai alat bantu demi kelancaran bisnis perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan dalam industri. Adapun ancaman e-commerce perusahaan bersedia membayar tim TI untuk menjaga dan mengawasi sistem yang dimiliki perusahaan.
2. Sumber daya (manusia, bisnis, teknologi) yang dimiliki CV. Rempah Sari. Perusahaan selalu melengkapi apa saja yang di butuhkan untuk mengoperasikan e-commerce. di antaranya kelengkapan elektronik dan pelatihan terhadap karyawan. Serta keterbukaan dan saling percaya komunikasi antar karyawan demi memperpanjang kelangsungan bisnis perusahaan.
3. Setelah menggunakan e-commerce visi perusahaan tetap, cuma cara pelaksanaan yang sedikit berbeda.
4. Pada pengelolaan e-commerce perusahaan tidak membuat dalam bentuk matrik, tetapi selalu melakukan inovasi jika ada ide baru. Perubahan dilakukan tanpa meninggalkan system lama sebab sistem lama di gunakan

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Spica Luciana, 2009, *Penerapan e-commerce sebagai upaya meningkatkan persaingan bisnis perusahaan* STIE Perbanas Surabaya 2009
- Andriana, Dian. 2003. *Pengenalan E-commerce dengan PHP dan MySQL*, ([Http://www.ilmukomputer.com](http://www.ilmukomputer.com))
- Charles, Joseph dan Carl Mc Daniel. 2001. *Pemasaran Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dada, Danish. 2006, *E-Rediness For Developing Countries: Moving The Focus From The Environment To The Users*, Department of Information systems, London School of Economics and Political Science
- Daniel, E.M and Storey, C, 1997, *On – Line banking strategic and management challenges, Long Range Planning*, Vol. 30, no.6,pp. 890-898
- Effendy, Rustam. 2000. *Pengantar Bisnis Modern* (Pengantar Ekonomi Perusahaan), Edisi Ketiga Malang: Universitas Brawijaya.
- Gosh, S, 1998, *Making Business sense of the internet, Harvard Business Review*, March – april, pp. 126-134
- Hamill,J, and Gregory, K,1997, *Internet Marketing in the Internationalization of UK SMEs*, Journal of Marketing Management, Vol 13. pp. 9-28
- Hidayatullah, Moch. 2003. *Komunikasi dan Jaringan Komputer*, Surabaya: Curriculum Media
- Hofman, D.L and Novak, 1995, *How to acquire Customers on the Web, Harvard Business Review*, May – June, pp.179 – 188
- <http://www.cassiarempahsari.com/>
- Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metode Penelitian Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama, Cetakan kedua, Yogyakarta: BPFE.
- Jasfar, Farida. 2005. *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, Bogor: Ghalia Indonesia Johnson, E. Robert. (<http://www.cimcor.com>)
- Kienan, Brenda. 2001. *Small Bussines Solution E-commerce*, Jakarta: Elex Media Komputindo.