TUGAS AKHIR

Evaluasi Proses Penjualan Produk Melalui E-Commerce Di PT. Panatrade Caraka Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode TOWS (*Threat, Weakness, Opportunity, Strenght*)

Diajukan guna untuk melengkapi sebagai syarat dalam mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1)

Dibuat oleh :

Nama	: Mohamad Ramdani
Nim	: 41612110015
Jurusan	: Teknik Industri

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2017

https://digilib.mercubuana.ac.id/

LEMBARAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, Saya :

Nama : Mohamad Ramdani

N.I.M : 41612110015

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Fakultas Teknik

Judul Skripsi : Evaluasi Proses Penjualan Produk MelaluiE-Commerce Di PT. Panatrade Caraka Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode TOWS (*Threat, Weakness, Opportunity, Strenght*)

Menerangkan bahwa :

Skripsi yang dibuat dengan judul di atas merupakan karya asli (bukan plagiat). Apabila dikemudian hari ada pihak yang keberatan karena karya tulisnya mirip/sama dengan karya tulis saya, dan pihak tersebut menuntut kepada saya, saya bersedia bertanggung jawab untuk melindungi hasil tulisan saya, serta jika ternyata benar tulisan saya adalah hasil plagiat, maka saya bersedia jika Universitas Mercubuana menggagalkan gelar akademik yang saya peroleh. Demikian lembar pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Jakarta, 3 Februari 2017

Yang membuat Pernyataan

(**Mohamad Ramdani**)

https://digilib.mercubuana.ac.id/

LEMBARAN PENGESAHAN

Evaluasi Proses Penjualan Produk Melalui E-Commerce Di PT. Panatrade Caraka Untuk Meningkatkan Penjualan Dengan Menggunakan Metode TOWS (*Threat, Weakness, Opportunity, Strenght*)

Disusun Oleh :

Nama	: Mohamad Ramdani
NIM	: 41612110015
Jurusan	: Teknik Industri

Pembimbing,

(**Mohamad Ari Budi Yuwono, ST, MM**)

Mengetahui,

Koordinator Tugas Akhir / Ketua Program Studi

(**DR. Ir. Zulfah Fitri Ikatrinasari, MT**)

https://digilib.mercubuana.ac.id/

KATA PENGANTAR

Puji syukur hamba panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang tiada pernah terputus memberi limpahan karunia dan berkatnya kepada kita sekalian. Atas bimbingan-Nya tugas akhir ini dapat saya selesaikan meskipun masih banyak terdapat kekurangan akibat kekurangmampuan saya sebagai manusia biasa.

Tugas Akhir ini berisi mengenai pembahasan "EVALUASI PROSES PENJUALAN PRODUK MELALUI *E-COMMERCE*DI PT. PANATRADE CARAKA UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE TOWS (*Threat, Weakness, Opportunity, Strenght*)" yang merupakan salah satu syarat meraih Gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Fakultas Teknologi Industri Jurusan Teknik Industri.

Kelancaraan dan keberhasilan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Maka kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. DR. Zulfah Fitri Ikatrinasari, selaku Ketua Program Studi Teknik Industri dan Koordinator Tugas Akhir yang selalu memberikan arahan dan semangatnya kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
2. Mohamad Ari Budi Yuwono, ST, MM selaku Pebimbing Tugas Akhir yang telah menyempatkan waktu untuk memberikan arahan, masukan serta bimbingan selama penulis menyelesaiakan tugas akhir ini.

https://digilib.mercubuana.ac.id/

3. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Fakultas Teknologi Industri Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan pengajaran seama penulis menjalani perkuliahan.
4. Kedua orang tuaku tercinta, yang telah membimbing segalanya dan arahannya kepada saya sampai dengan saat ini.
5. Istri dan Calon anakku tercinta, Mardiyatun Najilah yang tiada henti memberikan semangat dan doa kepada penulis.
6. Pimpinan dan rekan - rekan kerja penulis di PT. Panatrade Caraka yang telah membantu dan mendukung penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Seluruh rekan mahasiswa program Kelas Karyawan Universitas Mercu Buana angkatan XXI Teknik Industri yang saling memberikan semangat dan dukungan positif.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini Masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang membangun demi hasil yang lebih baik lagi.

Akhir kata, semoga pembuatan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi masyarakat dan mahasiswa, khususnya mahasiswa Jurusan Teknik Industri Universitas Mercu Buana guna pengembangan selanjutnya.

Jakarta,3 Februari 2017

(**Mohamad Ramdani**)

Penulis

https://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Halaman Pernyatanaan ii
Halaman Pengesahaan iii
Abstrak iv
Kata Pengantar vi
Daftar Isi viii
Daftar Tabel xii
Daftar Gambar xiii
Daftar Lampiran xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalahan 4

1.3 Batasan Masalah 4

1.4 Tujuan Penelitian 5

1.5 Metode Penelitian 5

1.6 Sistematika 6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Definisi Evaluasi Dan Sistem Penjualan 8

2.1.1 Definisi Evaluasi 8

2.1.2 Pengertian Penjualan 8

2.2 Pengertian *E-Commerce* 9

2.2.1 Jenis-Jenis *E-Commerce* 10

2.2.2 Keuntungan *E-Commerce* 12

2.2.3 Kekurangan *E-Commerce* 15

2.2.4 Terminologi *E-Commerce* 18

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://digilib.mercubuana.ac.id/

2.2.5 Dimensi Dari *E-Commerce* 18
2.2.6 Pembayaran Dalam *E-Commerce* 19
2.3 *Internet, Extranet, Intranet* 22
2.3.1 Pengertian *Internet* 22
2.3.2 Pengertian *Extranet* 22
2.3.3 Pengertian *Intranet* 23
2.4 Istilah *Internet* 23
2.4.1 WWW *(World Wide Web)* 23
2.4.2 *Search Engine* 23
2.4.3 *Shopping Cart* 23
2.5 Teknik Formulasi Strategi E-Commerce 24
2.5.1 *Menangkap Kesempatan Pasar* 24
2.6 Analisa Bisnis 26
2.6.1 Analisa Lima Kekuatan Porter 26
2.6.2 Analisa TOWS 28
2.6.3 Matrik IFAS (*Internal Factor Analysis*) 29
2.6.4 Matrik EFAS (*External Factor Analysis*) 31
2.6.5 Diagram TOWS 33
2.6.6 Matriks TOWS/SWOT 34
2.7 Studi Penelitian Terdahulu 36
2.8 Kerangka Befikir 38
2.9 Kerangka Penelitian *E-Commerce* 39

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Metode Pengumpulan Data 40
3.1.1 Jenis-Jenis Metode Penelitian 40

https://digilib.mercubuana.ac.id/

3.1.2 Jenis Data 40
3.2 Sumber Data 41
3.2.1 Teknik Pengumpulan Data 41
3.3 Pengolahan Data dan Analisis 42
3.4 Diagram Alir Penelitian 44

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA
4.1 Gambaran Umum PT Panatrade Caraka 45
4.1.1 Sejarah Perusahaan 45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan 47
4.1.3 Struktur Organisasi 47
4.1.4 Job Description 48
4.1.5 Produk Range 54
4.1.6 Branding & Komunikasi 55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian 55
4.2.1 Analisa Lingkungan Internal 56
4.2.2 Analisa Lingkungan Eksternal 59
4.3 Uji Instrumen Data 61
4.3.1 Uji Validitas Data 62
4.3.2 Uji Reliabilitas Data 64
4.4Analisa Data 65
4.4.1 Kuesioner IFAS dan EFAS 66
4.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian 69
4.4.2 Alternatif Perencanaan Strategi 72

BAB V ANALISA PEMBAHASAN
5.1 Analisa Perancangan Strategi Penjualan 75

https://digilib.mercubuana.ac.id/

5.2 Analisa Meningkatkan Penjualan*E-Commerce*..... 76

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan 78

6.2 Saran..... 80

DAFTAR PUSTAKA 82

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matrik IFAS 33

Tabel 2.2 Matrik EFAS 35

Tabel 2.3 Studi Penelitian Terdahulu 39

Tabel 4.1 Produk Range 56

Tabel 4.2 Koefisien Validitas IFAS Faktor Kekuatan 64

Tabel 4.3 Koefisien Validitas IFAS Faktor Kelemahan 65

Tabel 4.4 Koefisien Validitas IFAS Faktor Peluang 65

Tabel 4.5 Koefisien Validitas IFAS Faktor Ancaman 66

Tabel 4.6 Koefisien Reliabilitas Kuesioner Eksternal 66

Tabel 4.7 Koefisien Reliabilitas Kuesioner Eksternal 67

Tabel 4.8 Kuesioner Internal Factor Analysis Strategi Untuk - Mengetahui Kekuatan (*Strenght*) 68

Tabel 4.9 Kuesioner Internal Factor Analysis Strategi Untuk - Mengetahui Kelemahan(*Weakness*) 69

Tabel 4.10 Kuesioner Internal Factor Analysis Strategi Untuk - Mengetahui Peluang (*Opportunities*) 69

Tabel 4.11 Kuesioner Internal Factor Analysis Strategi Untuk - Mengetahui Ancaman (*Threat*) 70

Tabel 4.12 Perhitungan Kuadran 67

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Terminologi *E-Commerce* 21

Gambar 2.2 Dimensi dari *E-Commerce* 23

Gambar 2.3 Formulasi Strategi *E-Commerce* 28

Gambar 2.4 Terminologi *E-Commerce* 28

Gambar 2.5 Empat Lingkungan dan Daerah Manis Kesempatan Pasar 29

Gambar 2.6 Analisa Lima Kekuatan Porter 30

Gambar 2.7 Diagram TOWS/SWOT 38

Gambar 2.8 Kerangka Berfikir 42

Gambar 2.9 Kerangka Penelitian *E-Commerce* 43

Gambar 3.1 Diagram Alir Penelitian 46

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Panatrade Caraka 49

Gambar 4.2 Divisi Wholesale 49

Gambar 4.3 Divisi Ritail 50

Gambar 4.4 Divisi Brand Management 50

Gambar 4.5 Diagram Matrik TOWS Toko Online PT Panatrade Caraka ... 72

Gambar 4.6 Diagram Matrik Strategi Umum 74

UNIVERSITAS MERCU BUANA

https://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Kuesioner Penelitian 84

Lampiran 2 Uji Instrumen 30 Responden 87

Lampiran 3 Hasil Jawaban Kuesioner 100 Responden 92

Lampiran 4 Hasil SPSS Rekapitulasi 94

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

https://digilib.mercubuana.ac.id/