

BAB III

PERMASALAHAN PERUSAHAAN

3.1 Analisa Permasalahan

Menurut analisa saya selama melakukan kerja praktek di PT.KAI DIVRE IV Tanjung Karang saya sering melihat pengguna kereta api menggunakan layanan E-Commerce tetapi masih banyak yang bingung dalam hal pembelian dan penukaran tiket nya. Dalam hal ini saya akan menganalisa efektifkah layanan E-Commerce untuk melayani kebutuhan penggunanya serta menaikkan minat masyarakat untuk menggunakan kereta api;

3.1.1 Temuan Masalah

- A. Sebagian besar orang Indonesia masih kurang mempercayai situs-situs e-commerce, bukan tentang keamanan dari berbelanja online yang tidak mereka percayai namun justru merchant-nya. Mereka takut ditipu, selain itu kurangnya kredibilitas/reputasi yang diberikan oleh pasar semakin memperburuk keadaan.
- B. Gagal transfer uang refund Gagal transfer pengembalian uang refund sering terjadi karena ada kesalahan saat melakukan pengisian nomor ataupun nama rekening pada proses pembatalan tiket.

3.1.2 Perumusan Masalah

Untuk mengetahui pengaruh E-commerce terhadap volume kenaikan penumpang Stasiun Kereta Api Indonesia DIVRE IV Tanjung Karang.

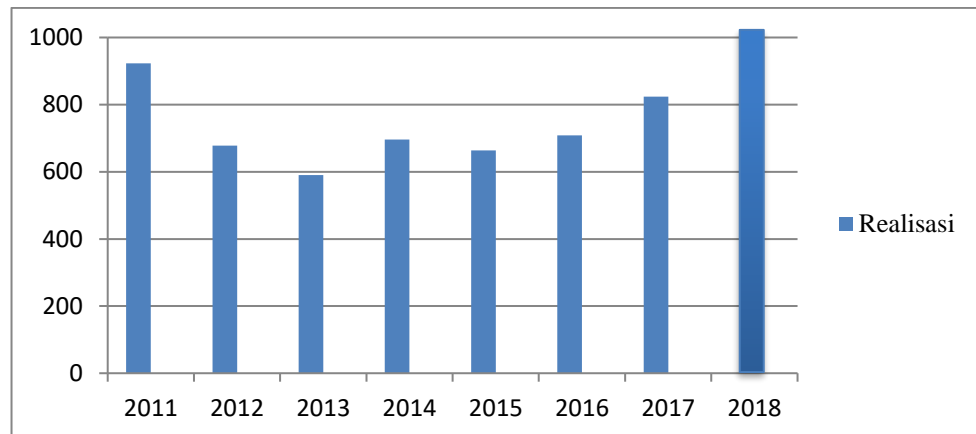
3.1.3 Kerangka Pemecahan Masalah

E-commerce adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan Internet dan komputer dengan *browser* Web untuk membeli dan menjual produk. Jadi dipenelitian yang saya buat ini saya akan meneliti apakah pengaruh E-Commerce berpengaruh signifikan atau tidak terhadap volume penumpang.



Penerapan E-Commerce pada PT. KAI DIVRE IV Tanjung Karang pertama kali dilakukan pada tahun 2015.

Berikut grafik volume penumpang PT KAI DIVRE IV Tanjung Karang dari sebelum menggunakan E-Commerce sampai sesudah menggunakan E-Commerce.



3.2 Landasan Teori

Perdagangan elektronik, yang disebut juga e-commerce, adalah penggunaan jaringan komunikasi dan komputer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan Internet dan komputer dengan *browser* Web untuk membeli dan menjual produk. Meskipun pandangan ini tidak salah, ini hanyalah merupakan bagian kecil dari e-commerce.

Beberapa orang mendefinisikan e-commerce (perdagangan elektronik) dengan sangat sempit. Definisi sempit yang mereka berikan hanya meliputi transaksi-transaksi bisnis yang berhubungan dengan pelanggan dan pemasok, yang menghubungkan komputer mereka masing-masing melalui Internet. Definisi yang sempit seperti ini mengartikan bahwa hanya transaksi-transaksi yang melintasi batas perusahaan saja yang dapat diklasifikasikan sebagai e-commerce. Jika suatu transaksi tetap berada di dalam batas perusahaan, orang-orang ini akan menyebutnya sebagai transaksi bisnis elektronik. Membatasi transaksi internal versus eksternal sebagai bisnis elektronik atau perdagangan elektronik tidak akan

menawarkan banyak bantuan, karena kebanyakan orang menganggap bisnis elektronik dan perdagangan elektronik sebagai satu hal yang sama.

Kita akan melihat pandangan luas e-commerce, yaitu bahwa e-commerce dapat memfasilitasi operasi internal maupun eksternal perusahaan. Dengan pandangan ini, istilah bisnis elektronik dan perdagangan elektronik akan sama. Banyak operasi perusahaan adalah internal—dilaksanakan di dalam batas perusahaan oleh bidang bisnis keuangan, sumber daya manusia, layanan informasi, produksi, pemasaran, dan lain-lain. Bisnis telah mengalami penyebaran secara fisik, dengan pabrik yang berlokasi di berbagai daerah, atau bahkan di berbagai negara. Bidang bisnis itu sendiri juga bertindak sebagai pemasok atau pelanggan ke bidang-bidang organisasi yang lain. Dalam definisi luas kita ini, suatu transaksi bisnis yang menggunakan akses jaringan, sistem berbasis komputer, dan antarmuka (interface) sebuah browser Web akan memenuhi persyaratan sebagai perdagangan elektronik (e-commerce).

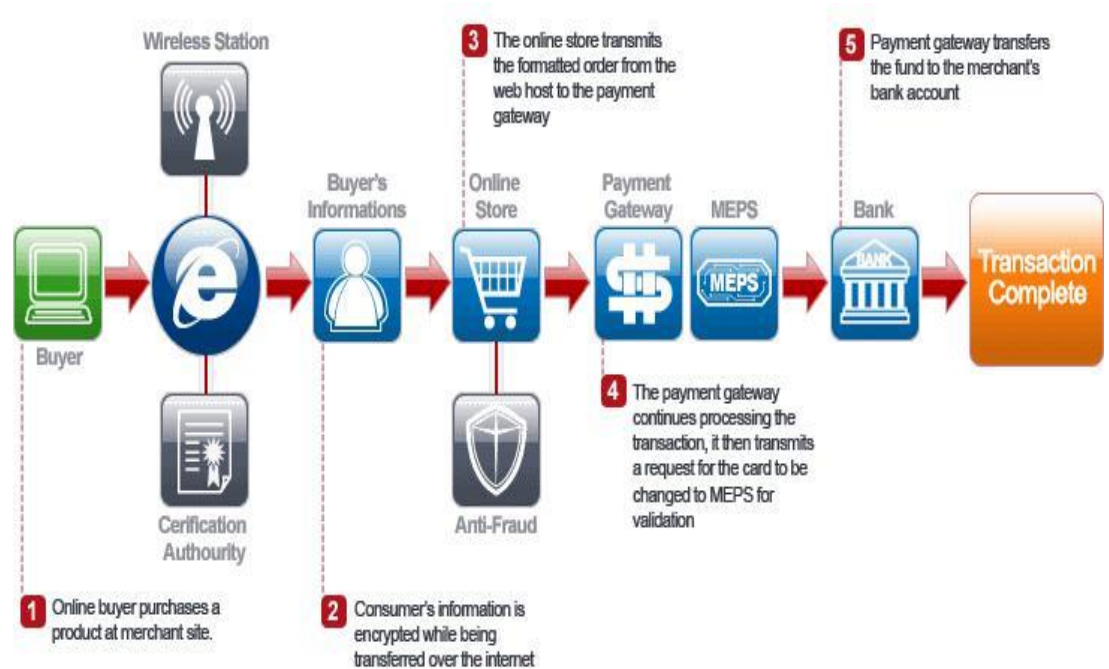
3.3 Metode Yang Digunakan

Dalam penelitian ini saya menggunakan metode komparatif atau perbandingan dimana dalam hal ini saya melakukan penelitian ingin mengetahui efektif atau tidak layanan E-Commerce terhadap volume penumpang Kereta Api Divre IV Tanjung karang .

3.4 Rancangan Program yang akan dibuat

Business to Consumer (B2C)

Kelompok ini disebut juga transaksi pasar. Pada transaksi pasar, konsumen mempelajari produk yang ditawarkan melalui publikasi elektronik, membelinya dengan *electronic cash* dan sistem *secure payment*, kemudian minta agar barang dikirimkan. Secara ringkas jenis e-commerce ini merupakan e-commerce yang melibatkan konsumen dengan merchant-nya secara langsung.



Gambar 2. Keterangan alur pembelian tiket melalui E-Commerce

