

**KAJIAN PENERAPAN E-COMMERCE PADA USAHA KERAJINAN
DAN SOUVENIR DI PROVINSI YOGYAKARTA**

Skripsi



Oleh

I PUTU BUDI ASTAWA

22094809

PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2014

**KAJIAN PENERAPAN E-COMMERCE PADA USAHA
KERAJINAN DAN SOUVENIR DI PROVINSI YOGYAKARTA**

Skripsi



Diajukan Kepada Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Duta Wacana
Sebagai Salah Satu Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Komputer

Disusun Oleh

**I PUTU BUDI ASTAWA
22094809**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

2014

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

KAJIAN PENERAPAN E-COMMERCE PADA USAHA KERAJINAN DAN SOUVENIR DI PROVINSI YOGYAKARTA

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Komputer pada pendidikan Sarjana Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana, bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi kesarjanaan di lingkungan Universitas Kristen Duta Wacana maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari skripsi lain, saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar kesarjanaan saya.

Yogyakarta, 29 September 2014



I PUTU BUDI ASTAWA
22094809

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : KAJIAN PENERAPAN E-COMMERCE PADA
USAHA KERAJINAN DAN SOUVENIR DI
PROVINSI YOGYAKARTA

Nama Mahasiswa : I PUTU BUDI ASTAWA

N I M : 22094809

Matakuliah : Skripsi (Tugas Akhir)

Kode : TIW276

Semester : Gasal

Tahun Akademik : 2014/2015

Telah diperiksa dan disetujui di
Yogyakarta,
Pada tanggal 29 September 2014

Dosen Pembimbing I

Gani Indriyanta, Ir. M.T.

Dosen Pembimbing II

Budi Susanto, SKom.,M.T.

HALAMAN PENGESAHAN

KAJIAN PENERAPAN E-COMMERCE PADA USAHA KERAJINAN DAN SOUVENIR DI PROVINSI YOGYAKARTA

Oleh: I PUTU BUDI ASTAWA / 22094809

Dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknologi Informasi
Universitas Kristen Duta Wacana - Yogyakarta
Dan dinyatakan diterima untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Komputer
pada tanggal 25 September 2014

Yogyakarta, 29 September 2014
Mengesahkan,

Dewan Penguji:

1. Gani Indriyanta, Ir. M.T.
2. Budi Susanto, SKom., M.T.
3. Rosa Delima, S.Kom., M. Kom.
4. Antonius Rachana C, SKom., M.Cs



Dekan

(Drs. Wimmie Handiwidjoto, MIT.)

Ketua Program Studi

(Nugroho Agus Haryono, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Ida Sang Hyang Widhi Wasa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Kajian Penerapan E-Commerce Pada Usaha Kerajinan Dan Souvenir Di Provinsi Yogyakarta” ini dengan baik dan tepat pada waktunya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Komputer. Selain itu bertujuan untuk melatih mahasiswa untuk dapat menghasilkan suatu karya yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah, sehingga dapat bermanfaat bagi penggunaannya. Penulis menyadari bahwa dalam menyusun penulisan skripsi ini tidak lepas mendapatkan bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, perkenankanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Djohan, MEM., Ph.D, selaku Rektor Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Drs. Wimmie Handiwidjojo, M.T., selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi Universitas Kristen Duta Wacana.
3. Nugroho Agus Haryono, S.Si., M.Si., selaku Ketua Program Studi Teknik Informatika Universitas Kristen Duta Wacana.
4. Ir. Gani Indriyanta, M.T., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan saran, bimbingan, dan bantuan dalam menyusun skripsi ini.
5. Budi Susanto, S.Kom., M.T., selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan saran, bimbingan, dan bantuan dalam menyusun skripsi ini.
6. Antonius Rachmat C., S.Kom., M.Cs., selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi ini.
7. Rosa Delima, S.Kom., M.Kom., selaku Dosen Penguji dalam ujian skripsi ini.

8. Seluruh dosen Program Studi Program Studi Teknik Informatika Universitas Kristen Duta Wacana yang senantiasa membimbing, mengarahkan, dan memberi dorongan.
9. Para pengrajin yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh keluarga beserta kerabat yang telah membantu dalam skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun serta tanggapan positif demi kesempurnaan penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan bagi mahasiswa Universitas Kristen Duta Wacana.

Yogyakarta, September 2014

Penulis

INTISARI

KAJIAN PENERAPAN E-COMMERCE PADA USAHA KERAJINAN DAN SOUVENIR DI PROVINSI YOGYAKARTA

Penggunaan teknologi informasi khususnya *e-commerce* sangat diperlukan oleh perusahaan-perusahaan yang bersekala besar maupun kecil untuk memperluas pangsa pasarnya. Namun, masih banyak perusahaan yang belum memanfaatkan *e-commerce* dalam proses pendistribusian barang, promosi, dan penjualan yang mengakibatkan perusahaan tersebut mengalami kesulitan dalam pendistribusian hasil produksi, dan cakupan pangsa pasarnya masih sangat terbatas. Hal tersebut juga terjadi pada sektor usaha kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 yang terdiri dari empat dimensi, diantaranya *Usability*, *information quality*, *service interaction*, dan *Overall impression*. Data kuantitatif dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner pada sampel penelitian dengan menggunakan skala Likert, sedangkan data kualitatif diperoleh dari proses wawancara dengan pengrajin yang telah menjadi sampel penelitian di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik analisis data kuantitatif menggunakan analisis hipotesis deskriptif dengan uji asumsi/prasyarat *Chi Square*. Untuk menguji hipotesis deskriptif dari data yang diperoleh menggunakan *t-test*.

Penilaian keseluruhan pada website e-commerce pengrajin dengan *uji t* menunjukkan t-hitung (-3,25) lebih kecil dari t-tabel (-1,99) dengan taraf kesalahan (α) = 5%, sehingga H_0 ditolak (H_1 diterima). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas website pengrajin di provinsi Yogyakarta masih termasuk kategori masih kurang baik, walaupun penerapan e-commerce memberikan manfaat yang sangat besar bagi pengrajin di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keywords : Pengrajin, *e-commerce*, *webqual*, *t-test*

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| INTISARI | viii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 2 |
| 1.3 Batasan Masalah | 2 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.5 Metode Penelitian / Pendekatan..... | 3 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 4 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 5 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 5 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 10 |
| 2.2.1 E-Commerce | 10 |
| 2.2.1.1 <i>Process Architecture e-Commerce</i> | 12 |
| 2.2.1.2 Manfaat dari <i>E-Commerce</i> | 14 |
| 2.2.1.3 Kekurangan dari E-Commerce | 17 |

| | |
|--|-----------|
| 2.2.1.4 Parameter – parameter pada <i>E-Commerce</i> | 18 |
| 2.2.1.5 Model-Model Bisnis E-Commerce | 24 |
| 2.2.1.6 Model Transaksi E-Commerce | 25 |
| 2.2.3 Pengrajin | 26 |
| 2.2.2 WebQual..... | 27 |
| 2.2.2.1 Dimensi Pengukuran Website Quality | 28 |
| 2.2.4 Uji Chi-Square | 28 |
| OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN..... | 30 |
| 3.1 Metodologi Penelitian..... | 30 |
| 3.1.1 Desain Penelitian | 30 |
| 3.1.2 Populasi dan sampel..... | 34 |
| 3.1.3 Teknik pengumpulan data | 34 |
| 3.1.4 Teknik analisis data | 35 |
| 3.2 Profil Pengrajin | 39 |
| 3.2.1 LA Silver..... | 39 |
| 3.2.2 Kotagede Silver | 45 |
| 3.2.3 Intan Gallery | 49 |
| 3.2.4 Bintoro Craft | 54 |
| 3.2.5 Jogja handicraft..... | 57 |
| ANALISIS DAN PEMBAHASAN..... | 63 |
| 4.1 Metode pengukuran tingkat kepuasan | 63 |
| 4.2 Analisis Perbandingan Dimensi pada <i>webqual</i> | 81 |
| 4.3 Analisis Data | 87 |
| 4.4 Analisis Kualitatif <i>Website E-Commerce</i> Kerajinan di DIY | 90 |

| | | |
|-------------------------------------|-----------------------|------------|
| 4.4.1 | LA Silver..... | 90 |
| 4.4.2 | Kotagede Silver..... | 91 |
| 4.4.3 | Intan Gallery | 92 |
| 4.4.4 | Bintoro Craft | 92 |
| 4.4.5 | Jogja Handicraft..... | 93 |
| KESIMPULAN & SARAN | | 104 |

@UKDWN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 3. 1 Variabel penilaian Web Qual 4.0..... | 33 |
| Tabel 3. 2 Tabel Kerja Menentukan Rata-rata dan Simpangan Baku | 36 |
| Tabel 3. 3 Tabel kerja menentukan Chi-Kuadrat hitung | 37 |
| Tabel 3. 4 Ringkasan profil LA Silver | 40 |
| Tabel 3. 5 Ringkasan profil Kotagede Silver | 46 |
| Tabel 3. 6 Ringkasan profil Intan Gallery..... | 50 |
| Tabel 3. 7 Ringkasan profil Bintoro Carft | 54 |
| Tabel 3. 8 Ringkasan profil Jogja Handicraft | 58 |
| Tabel 4. 1 Indikator <i>webqual</i> 4.0 | 63 |
| Tabel 4. 2 Interval Penilaian Skala <i>Linkert</i> | 64 |
| Tabel 4. 3 Poin kuisioner yang dikelompokan berdasarkan Skala <i>Likert</i> | 65 |
| Tabel 4. 4 Bobot nilai pada skala <i>likert</i> | 66 |
| Tabel 4. 5 Penilaian <i>E-Commerce</i> www.kotagedesilver.com | 67 |
| Tabel 4. 6 Persentase penilaian pada E-Commerce kotagedesilver.com | 68 |
| Tabel 4. 7 Penilaian <i>E-Commerce</i> www.tokoperakkotagede.com | 72 |
| Tabel 4. 8 Prosentase penilaian pada E-Commerce www.tokoperakkotagede.com | 73 |
| Tabel 4. 9 Penilaian <i>E-Commerce</i> www.intangallery.com | 75 |
| Tabel 4. 10 Persentase penilaian pada E-Commerce www.tokoperakkotagede.com | 76 |
| Tabel 4. 11 Penilaian <i>E-Commerce</i> www.bintoro-craf.com | 77 |
| Tabel 4. 12 Persentase penilaian pada website Bintoro Craft | 78 |
| Tabel 4. 13 Penilaian E-Commerce www.jogya-handicraft.com | 80 |
| Tabel 4. 14 Persentase penilaian pada website Bintoro Craft | 81 |
| Tabel 4. 15 Persentase perbandingan dimensi <i>usability</i> | 82 |
| Tabel 4. 16 Persentase perbandingan dimensi <i>information quality</i> | 83 |
| Tabel 4. 17 Persentase perbandingan tingkat <i>service interaction</i> | 84 |
| Tabel 4. 18 Persentase perbandingan kesan keseluruhan terhadap e-commerce | 85 |
| Tabel 4. 19 Rata-rata perbandingan kesan keseluruhan terhadap e-commerce | 86 |

Tabel 4. 20 Tabel Kerja Menentukan Rata-rata dan Simpangan Baku87
Tabel 4. 21 Tabel Kerja Menentukan Chi-Kuadrat Hitung88

@UKDW

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 3. 1 Desain penelitian data kuantitatif..... | 31 |
| Gambar 3. 2 Rancangan penelitian data kualitatif..... | 31 |
| Gambar 3. 3 Tampilan awal website LA Silver..... | 41 |
| Gambar 3. 4 Informasi detail produk..... | 42 |
| Gambar 3. 5 Mekanise pemesanan produk..... | 43 |
| Gambar 3. 6 Mekanisme pembayaran..... | 44 |
| Gambar 3. 7 Prosedur pengiriman barang..... | 44 |
| Gambar 3. 8 Garansi barang yang telah dipesan..... | 45 |
| Gambar 3. 9 Tampilan awal halaman utama Kotagede Silver..... | 47 |
| Gambar 3. 10 Mekanisme pemesanan produk pada Kotagede Silver Kotagede Silver..... | 48 |
| Gambar 3. 11 Mekanisme pembayaran Kotagede Silver..... | 48 |
| Gambar 3. 12 Forum diskusi pada www.tokoperakkotagede.com | 49 |
| Gambar 3. 13 Tampilan awal halaman utama website Intan gallery..... | 51 |
| Gambar 3. 14 Pemesanan produk Intan Gallery melalui <i>website</i> | 52 |
| Gambar 3. 15 Mekanisme pembayaran pada Intan Gallery..... | 53 |
| Gambar 3. 16 Mekanisme pengiriman pesanan Intan Gallery..... | 53 |
| Gambar 3. 17 Tampilan awal <i>website E-commerce</i> Bintoro Craft..... | 55 |
| Gambar 3. 18 Informasi cara berbelanja pada website Bintoro Craft..... | 56 |
| Gambar 3. 19 Informasi mekanisme pembayaran pada Bintoro Craft..... | 56 |
| Gambar 3. 20 Layanan komunikasi Bintoro Craft..... | 57 |
| Gambar 3. 21 Tampilan awal halaman utama website Jogja Handicraft..... | 58 |
| Gambar 3. 22 Produk Jogja Handycraft..... | 59 |
| Gambar 3. 23 Menambahkan produk ke keranjang belanja..... | 60 |
| Gambar 3. 24 Checkout pada Jogja Handycraft..... | 60 |
| Gambar 3. 25 Checkout pada Jogja Handycraft..... | 61 |
| Gambar 3. 26 Ringkasan transaksi..... | 61 |
| Gambar 3. 27 Forum diskusi pada website Jogja Handicraft..... | 62 |

| | |
|---|-----|
| Gambar 4. 1 Perbandingan keseluruhan dimensi webqual | 87 |
| Gambar 4. 2 Menu searching | 98 |
| Gambar 4. 3 White Space pada ecommerce jogya-handycraft | 99 |
| Gambar 4. 4 Penempatan logo | 102 |
| Gambar 4. 5 Menu pada e-commerce intangallery | 102 |

@UKDWN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Penerapan teknologi internet yang diikuti oleh kemajuan teknologi *mobile* pada saat ini sangat mempermudah penyebaran informasi, khususnya dalam mendistribusikan hasil produksi perusahaan, barang kerajinan, dan jasa. Penggunaan teknologi informasi khususnya E-Commerce sangat diperlukan oleh perusahaan-perusahaan yang bersekala besar maupun kecil untuk memperluas pangsa pasarnya. Namun, masih banyak perusahaan yang belum memanfaatkan E-Commerce dalam proses pendistribusian barang, promosi, dan penjualan yang mengakibatkan perusahaan tersebut mengalami kesulitan dalam pendistribusian hasil produksi, dan cakupan pangsa pasarnya masih sangat terbatas. Menurut Ustadianto (2002) *E-Commerce* adalah perdagangan yang menggunakan mekanisme elektronik yang ada di jaringan internet. Dari pengertian tersebut, penerapan *E-Commerce* dapat diterapkan oleh hampir semua bidang usaha.

Banyak bukti empiris yang menunjukkan peningkatan kinerja perusahaan yang mengadopsi E-Commerce dalam menjalankan usahanya. Hal itu terjadi juga pada sektor usaha kerajinan. Penelitian ini lebih memfokuskan pada penerapan *E-Commerce* pada penjualan produk-produk kerajinan. Lokasi penelitian berada di provinsi Yogyakarta, hal ini dikarenakan Yogyakarta menjadi tujuan wisata baik lokal maupun mancanegara yang mendorong lahirnya banyak pengerajin-pengerajin baru. Hampir sebagian besar pengrajin menjual hasil kerajinannya hanya pada pasar lokal, yakni dengan menempatkan hasil kerajinannya pada kios atau *artshop* yang mereka miliki, sehingga pengrajin masih mengalami kesulitan pada proses pendistribusian, promosi, dan penjualan barang hasil kerajinannya. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, maka pengrajin dapat menerapkan teknologi *E-Commerce*. Namun sebagian besar pengrajin di Yogyakarta

menganggap teknologi informasi masih merupakan barang baru, terkesan mahal, rumit, dan memerlukan tingkat pengetahuan yang tinggi.

Kajian penerapan E-Commerce oleh para pengrajin di Yogyakarta penting dilakukan untuk mengetahui perkembangan pemanfaatan E-Commerce oleh para pelaku usaha kerajinan di Yogyakarta. Dari penelitian ini akan membandingkan dan mencari konsep *E-Commerce* yang paling sesuai, sehingga dapat menjadi acuan dalam implementasi *E-Commerce* kedepannya khususnya oleh para pengrajin di provinsi Yogyakarta. Disamping itu penilaian website e-commerce perlu dilakukan oleh pengunjung situs kerajinan guna mengetahui kualitas website e-commerce para pengrajin di Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun *E-Commerce* yang akan dibandingkan pada penelitian ini diantaranya : kotagedesilver.com, tokoperakkotagede.com, www.intangallery.com, www.inipro-craft.com, dan www.jogja-handicraft.com.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Sejauh mana pemanfaatan teknologi *E-Commerce* pada usaha kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta ?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan teknologi *E-Commerce* ?
3. Permasalahan apa saja yang muncul dalam menerapkan teknologi *E-Commerce* pada usaha kerajinan khas Yogyakarta ?
4. Bagaimana mengukur kualitas website *E-commerce* pengrajin di Yogyakarta sudah memenuhi kepuasan bagi pelanggan?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini membatasi permasalahan dalam ruang lingkup sebagai berikut:

1. Melakukan penelitian pada beberapa *E-Commerce* yang menjual kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. Batasan parameter yang digunakan sebagai pembanding situs-situs *E-Commerce* pada penelitian ini diantaranya:
 - a. Keamanan *E-Commerce*.
 - b. Kecepatan dan stabilitas *E-Commerce*.
 - c. Pelayanan atau service yang diberikan oleh *E-Commerce*.
 - d. Proses pembayaran pada *E-Commerce*.
 - e. Proses pengiriman barang yang telah dibeli.
3. Memfokuskan penelitian pada kategori *E-Commerce* yaitu *Business to Consumer*.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui pemanfaatan teknologi *E-Commerce* dalam kepentingan bisnis di bidang teknologi informasi pada usaha kerajinan di provinsi Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi penerapan teknologi *E-Commerce* pada usaha kerajinan di provinsi Yogyakarta.
3. Mengetahui permasalahan yang muncul dalam menerapkan teknologi *E-Commerce* pada usaha kerajinan di Yogyakarta.
4. Mengukur kualitas kepuasan *website E-commerce* pengrajin dilihat dari sisi pelanggan.

1.5 Metode Penelitian / Pendekatan

Metodologi penelitian atau pendekatan yang akan digunakan untuk merealisasikan tujuan dan pemecahan masalah diatas adalah:

1. Studi Pustaka (*literature*)

Studi pustaka dilakukan dengan membaca sumber-sumber pustaka, berupa buku-buku serta sumber-sumber online di internet yang dapat dipercaya, seperti jurnal-jurnal internasional dan makalah-makalah ilmiah. Tujuannya adalah untuk mengumpulkan data-data dalam pembuatan sistem ini.

2. Studi Lapangan, dilakukan dengan mengumpulkan data melalui *website E-Commerce* pengrajin dan langsung dari pengrajin di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk memperoleh keterangan dan data yang dibutuhkan, guna mendukung penyelesaian Tugas Akhir. Usaha kerajinan yang akan menjadi objek penelitian diantaranya adalah kotagedesilver.com, tokoperakkotagede.com, www.intangallery.com, www.bintoro-craft.com, dan www.jogja-handicraft.com.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir dibagi dalam beberapa bab yang masing-masing memiliki penjelasan yaitu:

- **BAB 1 PENDAHULUAN**

Membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan laporan.
- **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Menjelaskan tinjauan pustaka dan teori-teori dasar yang dibutuhkan untuk pembuatan tugas akhir ini.
- **BAB 3 PROFIL WEBSITE E-COMMERCE DAN RANCANGAN SISTEM**

Memahas profil dari masing-masing website pengerajin-pengerajin yang telah ditentukan dan akan dilakukan kajian.
- **BAB 4 ANALISIS E-COMMERCE**

Membahas tentang kajian penerapan *E-Commerce* pada pengerajin-pengerajin yang telah ditentukan.
- **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

Mencakup kesimpulan tentang kajian penerapan *E-Commerce* pada website yang dimiliki setiap pengerajin, serta masukan yang dapat diberikan untuk perbaikan dan pengembangan *website E-Commerce* untuk kedepannya.

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

Dari penelitian yang telah dilakukan terhadap penerapan ecommerce pada kerajinan di Daerah Istimewa Yogyakarta, dapat di simpulkan beberapa hal penting diantaranya:

1. Pemanfaatan teknologi *E-Commerce* pada usaha kerajinan di provinsi Yogyakarta, sudah pada tahap implementasi namun ada beberapa pengrajin yang belum memanfaatkan teknologi tersebut.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan teknologi *E-Commerce* khususnya kerajinan di DIY adalah keinginan pangsa pasar yang lebih luas, peningkatan omset dan menekan biaya.
3. Permasalahan yang muncul dalam menerapkan teknologi *E-Commerce* pada usaha kerajinan khususnya Yogyakarta adalah kurangnya penguasaan teknologi informasi, masalah keamanan, dan tingkat kepercayaan yang masih rendah akibat interaksi antara para penjual dan pembeli secara tidak langsung.
4. Kualitas *website E-commerce* pengrajin di Yogyakarta sudah memenuhi kepuasan bagi pelanggan dilihat pada dimensi *usability* terlihat *website Intangallery.con* dan *website Jogja-handycraft.com* memiliki nilai rata-rata tertinggi yaitu 2.965. Pada dimensi *information quality* *website Jogja-handycraft.com* memiliki rata-rata 3.15. *website jogja-handycraft.com* memiliki nilai reputasi, pelayanan, keamanan, dan kepercayaan dengan nilai rata-rata 3.018.

Saran untuk penelitian selanjutnya yang menggunakan topik e-commerce khususnya kerajinan agar membandingkan kerajinan masing-masing daerah dengan menggunakan *webqual 4.0*.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Candra., Hermawan Dadang., 2013, E-Business & E-Commerce, CV Andi Offset, Yogyakarta.
- Denni, G.K (2012). Analisa Pengaruh penerapan E-Commerce dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Arminareka Perdana. Universitas Bina Nusantara. Jakarta.
- Frendlovska, D (2009). SEO as E-Commerce Assistant. Brno University Technology. Replublik Ceko.
- Galih, S.T, Mustafid, dan Sugiharto, H (2011). Rancang Bangun Portal E-Commerce Semarang-Handycraft Berorientasi Objek. Magister Sistem Informasi, Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gemala, M., Arifin, M., Aliffianto, A.Y. (2012). Penerapan Metode Market Basket Analysis Pada Situs Web E-commerce. Sekolah Tinggi Manajemen Informatika & Teknik Komputer. Surabaya.
- Handojo, A, Yulia, M, Gunadi, P (2008). Aplikasi E-Tailing Penjualan Handphone Online Toko Peace Cell. Universitas Kristen Petra. Surabaya.
- Imarwati, D (2011). Pemanfaatan E-Commerce dalam dunia bisnis. Politeknik Negeri Sriwijaya. Palembang.
- Ismail, M.T (2009). Penerapan Kriptografi sebagai bagian keamanan jaringan dalam Electronic Commerce. Malangkeucecwara College of Economics. Malang.
- Juansah dan Sudrajat (2012). Penerapan E-Commerce Dalam Rangka Meningkatkan Omzet Penjualan Jok Kursi Rotan di PD. Langgan Cushion Plumbon Kabupaten Cirebon. STMIK (IKMI). Cirebon.
- Lestarini N. S dan Handayani, P W (2010). Pendefinisian Instrumen Evaluasi *Website E-Commerce* Business to Consumer (B2C). Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indonesia. Jakarta.
- Levis , M., Helfert, M. & Brady, M., 2008. Website Design Quality and Form Input Validation: An Empirical Study on Irish Corporate Websites. *J. Serv. Sci. & Management.*, Volume I, pp. 91-100

- Marshall, P. dan McKay, J (2002). *Evaluating The Benefits of Electronic Commerce in Small and Medium Enterprises*. Monash University. Melbourne, Australia.
- Meliyana (2010). *Perancangan Aplikasi E-Commerce pada Toko Minang Assesoris*. Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Mercu Buana. Jakarta.
- Mulyatiningsih (2012). *Metode penelitian terapan bidang pendidikan*. Alfabeta. Bandung, Indonesia.
- Rayport Jeffrey F.,Jaworski,Bernard J.,2002, *Cases in E-Commerce*, McGraw-Hill Companies, New York.
- Sefiani Cita., Purnomo Serfianto., Hariyani Iswi., 2013, *Bisnis Online dan Transaksi Elektronik*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sudjana, 2000, *Metode Statistik*, Tarsito: Bandung
- Sarwono Jonathan., Martadiredja Tutty., 2008. *Teori E-Commerce Kunci Sukses Perdagangan di Internet*, Gava Media, Yogyakarta.
- Turban Efraim., King David., Viehland Dennis., Lee Jae., 2006, *Electronic Commerce 2006 A Managerial Perspective*, Pearson Education LTD, New Jersey.
- Ustadiyanto, R.(2002), *Framework E-commerce*, Andi Offset: Yogyakarta.
- Widiana, M. E, Sunit, H, Martini. (2012). *Penggunaan Teknologi Internet dalam Sistem Penjualan Online untuk Meningkatkan Kepuasan dan Pembelian Berulang Produk Butik pada Usaha Kecil dan Menengah di Jawa Timur*. Universitas Airlangga. Surabaya.
- Yaghoubi, N. M. et al., 2011. *Internet bookstore quality assessment: Iranian evidence*. *African Journal of Business Management* ,V(30), pp. 12031-12039