

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Electronic Commerce (e-commerce) adalah proses pembelian, penjualan atau tukar produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer. *E-Commerce* merupakan bagian dari *e-business*, di mana cakupan *e-business* lebih luas, tidak hanya sekedar perniagaan tetapi mencakup juga pengolaborasian mitra bisnis, pelayanan nasabah, lowongan pekerjaan, dan lain-lainya.

Seiring dengan jumlah transaksi melalui *website e-commerce* yang semakin meningkat, desain dari *website* menjadi salah satu faktor penting bagi penentu kesuksesan. Berdasarkan data dari *Forrester Research* dalam irmawati, diperkirakan bahwa *website* dengan desain yang tidak baik dapat menyebabkan menghilangnya 50% kunjungan berulang yang potensial (*potential repeat visits*). Rettig dan La Guardia dalam irmawati menyarankan bahwa sebuah evaluasi efektif dapat menghasilkan desain yang lebih baik dan dapat memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet dapat memberikan manfaat yang lebih besar terhadap dunia bisnis yang *kompetitif*, karena perusahaan yang mampu bersaing dalam kompetisi tersebut adalah perusahaan yang mampu mengimplementasikan teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk dengan menggunakan *electronic commerce (e-commerce)* untuk memasarkan berbagai macam produk baik dalam bentuk fisik maupun digital. [1]

Di Indonesia, banyak usaha *Business to Consumer B2C* yang memanfaatkan *internet* dan teknologi informasi dalam pemasaran produknya, seperti toko buku Gramedia, toko busana muslim Rabbani, dan lain-lain. Implementasi konsep *Business to Consumer B2C* biasanya melalui pembuatan *website e-commerce* yang digunakan untuk bertransaksi secara langsung dengan konsumen. *Website e-commerce* membuat jangkauan pasar sebuah usaha menjadi lebih global. *Website e-commerce* pun telah menjadi sesuatu yang sangat penting bagi banyak industri, khususnya Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam berinteraksi dengan perusahaan

(*Stakeholder*) dan konsumen. Dengan pemanfaatan dan pengguna teknologi internet diharapkan.[2]

Menurut Winati dan Falahah dalam Nurhayati S L dan Handayani P W mengatakan bahwa “secara garis besar kerangka umum evaluasi sebuah *website* dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni dari sudut pembuat *website*, pengunjung *website* dan pengelola *website*”. Pengelompokan ini didasarkan pada kenyataan bahwa dalam pembuatan, pengelolaan dan pengembangan *website*, ketiga pihak tersebut turut dilibatkan dengan perannya masing masing. Pembuat *website* pada umumnya akan menilai sebuah *website* dari sudut pandang desain dan tampilan yang menarik serta dari faktor apakah sebuah *website* telah memenuhi standar yang ditetapkan. Pemilik atau pengelola *website* akan lebih mempertimbangkan faktor-faktor yang berhubungan dengan pengunjung seperti statistik mengenai interaksi serta profil pengunjung. Sedangkan, pengunjung *website* akan lebih memerhatikan masalah kualitas konten, keakuratan informasi, aksesibilitas, fitur-fitur yang ditawarkan dan kemudahan dari sebuah *website*.

Keberhasilan sebuah *website e-commerce* dalam menarik dan menumbuhkan kepercayaan pengunjung dapat dilihat juga dari jumlah waktu yang dihabiskan untuk melakukan kunjungan ulang ke *website e-commerce* tersebut. Salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi kembalinya pengunjung adalah faktor kualitas konten *website e-commerce*, dari informasi yang diberikan harus berasal dari sumber yang terpercaya, menghindari penggunaan animasi yang berlebihan, terlalu banyak iklan yang bermunculan dan informasi harus diperbarui secara rutin untuk menghindari informasi yang sudah kadaluarsa. [3]

Sistem rekomendasi adalah suatu program yang melakukan prediksi sesuatu yang berjalan dengan mengumpulkan data dari user secara langsung maupun tidak. Pengumpulan data secara langsung dapat dilakukan dengan cara, meminta user untuk melakukan rating pada beberapa alternatif. meminta user untuk melakukan ranking pada beberapa alternatif dan memintanya memilih alternatif tersebut yang terbaik. Pengumpulan data dengan tidak langsung berhubungan dengan seorang user, dilakukan dengan cara seperti mengamati alternatif yang dilihat oleh seorang user pada sebuah web *e-commerce*, dan mengumpulkan data transaksi pada sebuah toko online. Data hasil pengumpulan, kemudian dilakukan perhitungan dengan

algoritma tertentu yang kemudian hasil tersebut dikembalikan lagi kepada user sebagai sebuah rekomendasi alternatif dengan kriteria dari user tersebut. [4]

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk merekomendasikan penentuan website e-commerce terbaik yaitu dengan metode TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*) adalah didasarkan pada konsepnya dimana, alternatif terpilih yang baik tidak hanya memiliki jarak terpendek dari solusi ideal positif tetapi juga memiliki jarak terpanjang dari solusi ideal negatif. Konsepnya sederhana dan mudah dipahami, komputasinya efisien, dan memiliki kemampuan untuk mengukur kinerja relatif dari alternatif-alternatif keputusan dalam bentuk matematis yang sederhana. [5]

Melihat permasalahan yang ada, tujuan penelitian ini adalah untuk membangun sebuah sistem menggunakan metode *Technique For Others Reference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) untuk mengukur kualitas konten yang memiliki 13 kriteria pada *website e-commerce* sehingga dapat merekomendasikan nilai alternatif yang terbaik.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat dirumuskan suatu permasalahan pada penelitian ini.

1.2.1. Permasalahan

Menentukan indikator pengukuran standarisasi dan kriteria kualitas *Website E – Commerce* serta membangun sistem pengukuran dengan metode *Technique For Others Reference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS).

1.2.2. Metode Usulan

Peneliti ingin menggunakan Algoritma dengan metode *Technique For Others Reference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) berbasis website dalam menyelesaikan permasalahan tersebut.

1.2.3. Pertanyaan Penelitian

Apakah bisa dalam menentukan alternatif pengukuran kualitas *Website* menggunakan metode *Technique For Others Reference by Similarity to Ideal Solution* (TOPSIS) ?

1.3. Tujuan dan Manfaat

1.3.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan metode *Technique For Others Reference by Similarity to Idea Solution* (TOPSIS) berbasis website dalam mengukur kinerja kualitas *website e-commerce* sehingga terwujudnya sebuah sistem yang merekomendasikan kepada calon *costumer* berdasarkan alternatif yang terbaik.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Merekomendasikan kepada calon *costumer*, *website e-commerce* mana yang paling bagus untuk digunakan.
2. Memberikan preferensi alternatif.
3. Implementasi langsung metode *Technique For Others Reference by Similarity to Idea Solution* (TOPSIS).

1.4. Batasan Masalah

Pada proposal skripsi ini terdapat batasan-batasan agar pembahasan lebih terarah, adapun batasannya yaitu:

1. Penelitian ini menilai dari sudut pandang *Business to Consumer* (B2C).
2. Penelitian ini hanya menilai kualitas konten *website e-commerce*.
3. *Website e-commerce* yang digunakan yaitu : Bukalapak.com, Tokopedia.com, Lazada.co.id, Mataharimall.com, dan Jd.id.
4. Data bobot kepentingan yang digunakan adalah responden orang ahli atau dosen Universitas Trunojoyo Madura.
5. Data responden bobot alternatif yang digunakan adalah mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura berjumlah 15 orang untuk mengisi 75 lembar kuisioner.
6. Ada 13 kriteria yang di gunakan sebagai berikut :
 - a. Tentang Website *e-Commerce*
 - b. Katalog Produk
 - c. Informasi Produk Baru
 - d. Bantuan Pengguna
 - e. Arsip

- f. Berita
- g. Peta Website
- h. Pencarian
- i. Chat
- j. Review Produk
- k. Shopping Cart
- l. Akun
- m. Saran

1.5. Sistematika Proposal

Berikut merupakan sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan yang telah disesuaikan dengan format penulisan Skripsi Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Trunojoyo Madura:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini membahas tentang landasan teori dan penelitian sebelumnya berhubungan dengan pokok bahasan dalam skripsi dimana secara garis besar meliputi sistem pengukuran kualitas website *e-commerce*, metode penerapan metode *technique for others reference by similarity to ideal solution*

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang metode yang diusulkan (algoritma), rancangan sistem (Input, Proses, Output), data penelitian, tahapan penelitian serta rancangan pengujian.

BAB IV : IMPLEMENTASI SISTEM

Pada bab ini dijelaskan mengenai implementasi sistem yang dikerjakan sesuai dengan rancangan yang telah dibuat pada bab sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan hasil akhir dari proses pembelajaran, implementasi, serta uji coba sistem serta berisi saran atas pembuatan skripsi ini.