

Aplikasi Perangkingan *E-Commerce* di Indonesia dengan Kriteria Dinamis Berbasis Pengguna Menggunakan Metode SMART

Kresna Bayu Bimantara Indra Putra

150411100105

Moch. Kautsar Sophan,

Kurniawan Eka

S.Kom., M.Kom.

Permana, S.Kom., M.Sc.

(19770713 200212 1 004)

(19790217 200312 1 002)

Abstrak

Perkembangan teknologi semakin hari semakin cepat. Dengan semakin berkembangnya teknologi saat ini, kita dapat membeli apapun tanpa harus keluar rumah, aktivitas ini biasa disebut dengan belanja *online*. Pesatnya perkembangan bisnis secara *online* khususnya belanja *online*, terbukalah peluang untuk membuat *platform e-commerce/marketplace* sebagai wadah orang-orang melakukan aktivitas belanja *online*. Karena semakin banyak orang melakukan aktivitas belanja *online*, maka jumlah *e-commerce/marketplace* juga kian bertambah dan membuat persaingan antar *e-commerce/marketplace* tentunya di Indonesia semakin ketat. Dengan semakin banyaknya *e-commerce/marketplace* di Indonesia, tentu akan membuat pengguna baru kesusahan menentukan *e-commerce/marketplace* mana yang sesuai dengan kriteria. Adanya masalah tersebut, tentu dibutuhkan sebuah sistem atau aplikasi yang dapat membantu pengguna baru untuk memilih *e-commerce/marketplace* mana yang terbaik dan sesuai dengan kebutuhan kriterianya. Metode *SMART* (*Simple Multi Attribute Rating Tehcnique*) juga menjadi pilihan alternatif dari berbagai macam metode untuk perangkingan dengan memperhitungkan solusi ideal dari masalah pada penelitian ini. Dengan sistem tersebut, pengguna baru dapat mengetahui perangkingan *e-commerce/marketplace* dengan beberapa uji coba menggunakan kriteria tertentu dimana rangking *e-commerce* 4 teratas masih tetap konsisten dengan hasil sebagai berikut. *Shopee* peringkat 1 dengan nilai akhir 0,94, *Tokopedia* peringkat 2 dengan nilai akhir 0,84, *Bukalapak* peringkat ketiga dengan nilai akhir 0,73, dan *Lazada* peringkat 4 dengan nilai akhir 0,53.

Kata kunci – *SMART*, belanja *online*, *e-commerce/marketplace*, perangkingan, sistem