

ABSTRAK

Marketplace merupakan segala kegiatan yang berhubungan dengan transaksi atau perdagangan yang dilakukan menggunakan perangkat elektronik dan jaringan internet atau lebih dikenal sebagai perdagangan online atau jual beli online. Hal negative lain yang timbul dari adanya *Marketplace* Ketika konsumen membeli suatu produk tetapi pada saat sampai ditangan konsumen produk tersebut tidak sesuai dengan keterangan yang tertera pada produk. Banyak nya *Marketplace* yang tersedia menjadikan konsumen dihadapkan pada kesulitan dalam memilih *Marketplace* yang terbaik untuk berbelanja. Bervariasinya penilaian atau Rating yang sudah cukup baik juga menjadi tingkat kesulitan bagi para konsumen memilih *Marketplace* yang terbaik. Untuk itu diperlukan sebuah system pendukung keputusan untuk membantu proses pemilihan *Marketplace* terbaik dengan metode yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana cara menentukan *Marketplace* terbaik menggunakan metode MOOSRA dan ROC dan mengetahui apa saja kriteria yang digunakan dalam pemilihan *Marketplace*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pada penelitian ini dilakukan pemilihan *Marketplace* terbaik dengan menerapkan metode *Multi-Objective Optimization On The Basis Of Simple Ratio Analysis (MOOSRA)*. Proses pemilihan pada penelitian ini menggunakan empat alternatif *e-commerce* yaitu shoope, Lazada, bukalapak, dan Tokopedia, serta empat kriteria yaitu, kemudahan penggunaan, pengiriman, kualitas pelayanan, dan harga. Dalam penelitian ini metode *Rank Order Centroid (ROC)* juga digunakan untuk menentukan bobot kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa shoope menjadi pilihan alternatif *Marketplace* terbaik dengan perolehan skor kinerja tertinggi yaitu 17,13648, kemudian di susul oleh Tokopedia sebesar 15,30619, kemudian Lazada yaitu 15,06473, kemudian blibli sebesar 14,957 dan yang terakhir yaitu bukalapak sebesar 14,83551.

Kata Kunci: *E-commerce, Marketplace, system pendukung keputusan, MOOSRA, ROC*