

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*E-commerce* telah menjadi salah satu bidang perdagangan yang sangat penting dalam era digital yang semakin berkembang. Konsumen dapat menemukan berbagai barang dan jasa di berbagai *platform e-commerce*, yang masing-masing memiliki berbagai fitur canggih untuk bersaing di pasar global yang serba digital. Istilah "*e-commerce*", merujuk pada penggunaan internet ataupun jaringan lainnya untuk membeli, menjual, menyalurkan, atau bertukar data, barang, maupun jasa. Namun, di tengah banyaknya *platform e-commerce*, pelanggan sering kesulitan menentukan *platform* mana yang terbaik untuk mereka gunakan. *E-commerce* dapat memfasilitasi transaksi antara bisnis dengan konsumen (B2C) maupun Bisnis dengan Bisnis (B2B).

Dalam era digital saat ini, perkembangan *e-commerce* telah mengalami pertumbuhan yang pesat, mengubah cara masyarakat berbelanja dan bertransaksi. Berdasarkan data sameweb 2024 ada lima *platform e-commerce* yang menempati urutan teratas dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia adalah Shopee memiliki pengunjung sebesar 235,9 juta, Tokopedia dengan pengunjung 100,3 juta, Lazada dengan jumlah pengunjung sebesar 45,03 juta, Blibli memiliki pengunjung sebesar 24,15 juta, dan Bukalapak memiliki pengunjung sebesar 4,42 juta. *Platform e-commerce* menawarkan berbagai layanan yang beragam, sehingga memberikan banyak pilihan bagi konsumen. Namun, dengan begitu banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen sering kali menghadapi kesulitan dalam menentukan *platform e-commerce* mana yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Penelitian ini dilakukan pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri Angkatan 2020 yang kesulitan dalam menentukan *platform e-commerce* mana yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan mereka. Permasalahan ini menjadi semakin kompleks karena setiap *platform* memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing, seperti Kecepatan Pengiriman, Layanan Pelanggan, Keamanan Transaksi, Kenyamanan Penggunaan *Platform*, dan Reputasi

dan Kepercayaan. Hal-hal tersebut menyebabkan kekecewaan pelanggan dan kesulitan dalam memilih *e-commerce* yang terbaik untuk digunakan sehari-hari. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem pendukung keputusan yang dapat membantu konsumen dalam menentukan pilihan *e-commerce* yang paling optimal berdasarkan kriteria-kriteria yang relevan.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan ini adalah metode *Weighted Product* (WP). Metode ini memungkinkan penilaian komprehensif dengan mempertimbangkan bobot dari setiap kriteria yang dianggap penting oleh konsumen. Dengan menggunakan metode WP, konsumen dapat memperoleh rekomendasi yang lebih objektif dan sesuai dengan preferensi mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem pendukung keputusan yang dapat membantu konsumen dalam memilih *platform e-commerce* terbaik menggunakan metode *Weighted Product*. Dengan adanya sistem ini, diharapkan konsumen dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan efisien, serta meningkatkan kepuasan berbelanja online. Berdasarkan permasalahan tersebut penulis melakukan penelitian yang berjudul "**SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN MENENTUKAN *E-COMMERCE* TERBAIK MENGGUNAKAN METODE *WEIGHTED PRODUCT* (WP)**" didasarkan pada deskripsi diatas, dapat diharapkan memberikan solusi bagi masyarakat untuk lebih selektif lagi dalam menentukan pilihan *e-commerce* yang mereka gunakan sehari-hari.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, berikut ini penulis merumuskan permasalahan yang terjadi pada pemilihan *platform e-commerce* terbaik yaitu: bagaimana menentukan *e-commerce* terbaik pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri Angkatan 2020 menggunakan metode *Weighted Product* (WP).

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana menentukan *e-commerce* terbaik pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri Angkatan 2020 menggunakan metode *Weighted Product* (WP).

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah dapat menentukan keputusan dalam menentukan *e-commerce* terbaik pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri Angkatan 2020 menggunakan metode *Weighted Product* (WP).

### 1.5 Batasan Masalah dan Asumsi

#### 1.5.1 Batasan Masalah

Untuk mengarahkan penelitian agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, maka ruang lingkup penelitian dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada Mahasiswa Universitas Malikussaleh Fakultas Teknik Jurusan Teknik Industri Angkatan 2020 yang aktif menggunakan beberapa *platform e-commerce* yang beroperasi di Indonesia.
2. *E-commerce* yang diteliti adalah *platform e-commerce* yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

#### 1.5.2 Asumsi

Adapun asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna *e-commerce* memiliki pengetahuan yang cukup tentang layanan yang ditawarkan oleh *platform e-commerce*.
2. Pengguna *e-commerce* memiliki akses yang memadai ke internet dan teknologi yang diperlukan untuk melakukan transaksi *online*.
3. Metode *weighted product* dapat memberikan hasil yang akurat dan relevan dalam menentukan *e-commerce* terbaik bagi pengguna.