

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

E-Commerce merupakan kegiatan bisnis yang menyangkut konsumen, manufaktur, services providers dan pedagang perantara intermediaries) menggunakan internet (Barkatullah dan Prasetyo, 2005). Dalam perkembangannya e-commerce juga memanfaatkan teknologi mobile, yang kemudian disebut dengan m-commerce memusatkan atas kemungkinan transaksi bisnis melalui piranti nirkabel (Mueller-Veerse, 1999), (Tarasewich, 2002). M-commerce akan meningkatkan produktivitas dengan data berkecepatan tinggi dan sistem mobile yang hemat biaya dan konsumen menggunakan aplikasi m-commerce pada tempat dan situasi yang berbeda.

Namun pada perkembangannya, diperlukan suatu model yang dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan yaitu berupa rekomendasi yang dapat memberikan informasi mengenai produk yang dianggap sesuai dengan keinginan pelanggan. Karena itu diperlukan model rekomendasi yang tepat agar rekomendasi yang diberikan sistem sesuai dengan keinginan pelanggan, serta mempermudah pelanggan mengambil keputusan yang tepat dalam menentukan produk yang akan dibelinya (McGinty dan Smyth, 2006).

Beragam informasi tersedia di internet dan dapat diakses secara luas oleh penggunanya. Banyaknya data baik berupa teks, gambar, maupun video yang ada menyebabkan terjadinya luapan informasi yang membuat pengguna/user internet seringkali mengalami kesulitan dalam mencari informasi yang benar-benar sedang

dicari atau dibutuhkan. Dalam perdagangan toko *online* atau e-commerce, seperti penjualan CD atau DVD film misalnya, kesulitan yang dihadapi user sebagai calon konsumen adalah ketika mencari sebuah produk film yang tepat dan sesuai dengan selera atau kesukaannya. Kebanyakan web e-commerce yang ada saat ini mempunyai struktur yang besar dan kompleks sehingga membuat informasi yang dibutuhkan oleh calon konsumen justru tidak tersampaikan. Oleh karena itu, personalisasi informasi di internet menjadi hal yang penting saat ini. Bagi sebuah web e-commerce, dibutuhkan sebuah sistem yang mampu beradaptasi dengan profil masing-masing konsumen dan dapat memberi saran atau sugesti kepada konsumen tentang sebuah produk yang cocok bagi konsumen.

Sistem Rekomendasi bekerja untuk membantu user dalam memilih item yang akan dibeli dengan cara memberi informasi atau sugesti berdasarkan tingkat ketertarikan atau selera masing-masing user (Barneveld, 2003). Ketertarikan atau selera user dapat diketahui dari beberapa hal, misalnya dari cara user mengakses halaman web, dari rating yang diberikan user terhadap suatu item produk, atau dari data transaksi user pada waktu lampau. Sedangkan informasi yang bisa diberikan kepada user dapat berupa ulasan mendetail tentang item, angka penjualan, atau dengan menunjukkan nilai rating dari user-user yang lain (komunitas lain). Contoh web e-commerce populer yang telah cukup sukses mengimplementasikan Sistem Rekomendasi adalah Situs Web E-Commerce Amazon sebagai situs Web E-Commerce Internasional.

Namun di Indonesia juga memiliki situs Web E-Commerce seperti Bukalapak.com dan Tokopedia.com yang telah menggunakan sistem rekomendasi. Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, dengan ini penulis mengangkat sebuah judul penelitian yang berjudul “Analisis Sistem Rekomendasi Jual Beli Barang pada *Web E-Commerce* dengan Metode Statistik Kuantitatif Deskriptif”.

1.2 Ruang Lingkup

Persaingan bisnis yang ketat dan kepuasan para konsumen yang semakin meningkat inilah yang menjadikan penulis ingin mengetahui seberapa besar pengaruh sistem rekomendasi jual beli barang pada web e-commerce terhadap peningkatan pembelian secara *online* khususnya pada pengguna yang telah menggunakan web e-commerce di daerah Batam. Untuk mengetahui tingkat pembelanjaan secara *online*, dampak sistem rekomendasi pada web e-commerce dan tingkat efektivitas penggunaan sistem rekomendasi pada web e-commerce, maka penulis menyebarkan kuesioner pada pengguna-pengguna yang telah menggunakan web e-commerce agar mendapatkan data untuk penulis olah. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar kenaikan tingkat pembelian barang secara *online* menggunakan sistem rekomendasi jual beli barang pada *web e-commerce*?

2. Bagaimana cara untuk mengetahui apakah penggunaan fitur sistem rekomendasi pada *web e-commerce* lebih meningkatkan pembelian barang secara *online* ataukah ada fitur lain?

1.3 Batasan masalah

Batasan masalah diperlukan agar penulis dapat melakukan penelitian secara terfokus, maka penulis membatasi masalah dengan pokok bahasan yang sudah disesuaikan dengan judul yang diambil yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di warnet-warnet di kota Batam, khususnya pada daerah Batam Centre, Nagoya, dan Baloi saja.
2. Kuesioner disebarakan pada pengguna-pengguna warnet yang sudah menggunakan *Web E-Commerce*.
3. Pengambilan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan pada bulan Desember 2015 - Januari 2016.

1.4 Tujuan Proyek

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Meneliti dampak-dampak dan perkembangan web e-commerce khususnya pada fitur sistem rekomendasi melalui hasil pembelajaran secara online.
2. Melihat dampak penggunaan sistem rekomendasi jual beli barang pada web e-commerce terhadap kepuasan pengguna.
3. Mencari tahu apakah sistem rekomendasi jual beli barang pada web e-commerce merupakan cara terbaik dalam memperoleh peningkatan pembelian barang secara online.

1.5 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat dari kerja praktek ini antara lain:

1. Mengetahui dampak-dampak dan perkembangan *web e-commerce* khususnya pada fitur sistem rekomendasi melalui hasil pembelajaran secara *online*.
2. Mengetahui nilai kepuasan pengguna terhadap penggunaan sistem rekomendasi jual beli barang pada *web e-commerce*.
3. Mengetahui apakah sistem rekomendasi jual beli barang pada *web e-commerce* termasuk cara yang paling efektif untuk meningkatkan pembelian barang secara *online* atau bukan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika pembahasan ini memberikan gambaran secara garis besar mengenai bagian dari isi dan pembahasan skripsi yang disusun dalam lima bab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini, menjelaskan tentang latar belakang penelitian, permasalahan yang dihadapi, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian yang dilakukan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang studi pustaka terhadap penelitian sebelumnya dan teori-teori yang berhubungan serta kerangka teoritis yang menjadi landasan dalam menyusun penelitian ini.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan dan metode penelitian yang akan digunakan. Yang terdiri dari alur penelitian, analisis permasalahan, pemecahan masalah, dan perancangan desain *interface* pada sistem dengan metode yang dipilih.

BAB IV : HASIL PENELITIAN PENGUJIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi implementasi aplikasi pembelajaran yang dibuat berdasarkan perancangan yang telah dilakukan dan pengujian aplikasi pembelajaran yang dibuat serta *feedback* atau umpan balik dari hasil pengujian aplikasi tersebut.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan peneliti dan keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.