

PERANKINGAN WEBSITE E-COMMERCE DI INDONESIA MENGGUNAKAN METODE SMART BERDASARKAN TRAFFIC DAN PERFORMANCE

RAHMI ANDRENI
11353205218

Tanggal Sidang: 7 November 2018
Tanggal Wisuda: April 2019

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. HR. Soebrantas No.155 Pekanbaru

ABSTRAK

Internet dalam era informasi telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Pada tahun 2017, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa. Angka tersebut meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya, yakni tahun 2016 yang tercatat mencapai 132,7 juta jiwa (APJII). Kondisi tersebut memberikan peluang besar *E-Commerce* untuk semakin tumbuh berkembang di Indonesia. *E-Commerce* adalah menggunakan *internet* dan komputer dengan *browser web* untuk mengenalkan, menawarkan, membeli dan menjual produk. *Website* yang menjadi informasi publik harus memiliki *performance* dan *traffic* yang baik. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan hasil perankingan website *E-Commerce* terbaik berdasarkan *performance* dan *traffic*. Pengukuran metode SMART dengan menggunakan *tools* dari *website* *Alexa*, *GTmetrix*, *Stashow*, *Checkpagerank* dan *Yslow*, diperoleh 27 *website* yang merupakan *website* terbaik berdasarkan 34 kriteria dengan 67 *website E-Commerce* di Indonesia. Sedangkan 40 *website* lainnya berada dibawah rata-rata yang pada kasus ini rata-rata nilai SMART yaitu 0,0149. Nilai ini dipertegas dari validasi *Pagespeed Statistic* dan *Yslow Statistic*, bahwa 47 *website* tersebut memiliki nilai dibawah rata-rata. Hasil akhir penelitian ini memberikan media informasi pengambilan keputusan bagi konsumen untuk memutuskan pemilihan *website* belanja online terbaik.

Kata Kunci: *E-Commerce*, Internet, Pengambilan Keputusan, *Performance*, SMART, *Traffic*.