

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi informasi, *e-commerce* saat ini menjadi populer dan sebagai salah satu solusi bagi masyarakat dalam meningkatkan perekonomian. *E-commerce* adalah proses pembelian, penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan computer (*Irmawati, 2011*). Seluruh komponen yang ada dalam perdagangan diaplikasikan ke dalam *e-commerce* seperti *customer service*, layanan produk, cara pembayaran dan cara promosi. Seiring dengan perkembangan internet yang semakin maju menjadi faktor berkembangnya *e-commerce*. *E-commerce* meningkatkan kesejahteraan dalam bidang perekonomian masyarakat. Selain meningkatkan ekonomi masyarakat, *E-commerce* juga dapat menjalin komunikasi dan interaksi antar perusahaan dengan konsumen lebih efisien (*Terzi, 2011*). Menyadari arti penting tersebut, maka pelaku bisnis online mempublikasi jualannya agar dapat dilihat oleh publik. Salah satu media publikasi tersebut adalah web. Keuntungan menggunakan media ini salah satunya adalah dapat ditemukan melalui *search engine* Google. Google adalah salah satu penyedia layanan mesin pencari yang paling populer dibanding mesin pencari yang lain seperti Yahoo, Bing, MSN dan lain-lain (*Survei Experian Information Solution, 2012*).

Website *e-commerce* madu hutan (maduhutanasli.com) telah menggunakan teknik SEO (*Search Engine Optimization*) untuk website namun belum mendapatkan hasil yang maksimal dari search engine. Web *e-commerce* yang sudah di optimasi menggunakan teknik SEO dapat unggul di hasil pencarian google (*Prasetyo, 2011*). Penelitian ini akan menganalisis pengujian pada web madu hutan. Berdasarkan tampilan *snippets* web madu hutan di mesin pencari google terlihat informasi yang diberikan belum sepenuhnya lengkap untuk

tampilan sebuah *snippets product website e-commerce* madu hutan, seperti *detail review* dan harga. Sehingga dibutuhkan hasil *result* pencarian web *E-commerce* di search engine google pada web *e-commerce* dengan menampilkan detail yang lebih lengkap salah satu caranya menggunakan RDFa. Berikut gambar tampilan antara website yang menggunakan *rich snippets recipe* dan tidak menggunakan *rich snippets recipe* :



Gambar 1.1. Contoh Hasil Pencarian Resep Tanpa *Rich Snippets*



Gambar 1.2. Contoh Hasil Pencarian Resep *Rich Snippets*

Penggunaan teknik RDFa sebagai *semantic markup* dapat meningkatkan visibilitas (*index* di mesin pencari) sebuah *web* di *search engine* (Neem dkk, 2010). *Semantic markup* yang dimaksud adalah sebuah teknik *markup* konten agar data di dalam konten tersebut lebih terstruktur sehingga dapat dimengerti oleh manusia dan komputer. Penggunaan teknik *mark-up* konten memungkinkan *crawler* atau *spider* dari *search engine* dapat memahami isi dari situs web tersebut.

Penelitian ini membahas bagaimana penerapan *semantic mark-up* RDFa dalam *result rich snippets* di google pada web *e-commerce* madu hutan dan faktor-faktor yang menentukan *rich snippets* dapat tampil di google untuk meningkatkan visibilitas yang diharapkan dapat membuat peningkatan konversi penjualan.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana menganalisa faktor-faktor yang menentukan visualisasi *rich snippets product* tampil di *search engine* google pada website *e-commerce* madu hutan.

1.3. Batasan Masalah

Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi kasus penerapan *semantic mark-up* pada website *e-commerce* madu hutan yaitu www.maduhutanasli.com
2. Mark-up yang digunakan dalam penerapan *semantic mark-up* adalah RDFa.

1.4. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa faktor-faktor yang menentukan tampilan *rich snippets product* di *search engine* google pada website *e-commerce* madu hutan.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan dari dasar-dasar penulisan tugas akhir yang terdiri dari, latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, serta sistematika penulisan laporan tugas akhir.

2. Bab II Landasan Teori

Bab ini membahas teori-teori yang berhubungan dengan spesifikasi pembahasan penelitian yang akan diangkat, yang terdiri dari pembahasan

mengenai *E-commerce*, *Web Semantic*, *RDFa*, *Vocabulary*, Ontologi dan lain - lain.

3. Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini membahas langkah-langkah yang dilaksanakan dalam proses penelitian, yaitu pengumpulan data, analisa sistem, perancangan sistem dan implementasi beserta pengujian pada sistem yang akan dibuat.

4. Bab IV Analisa dan Perancangan

Bab ini membahas analisa pendekatan *result rich snippets* yang umum digunakan dan analisa pendekatan menggunakan *RDFa*.

5. Bab V Implementasi dan Pengujian

Bab ini berisi tentang batasan dan langkah – langkah implementasi serta pengujian sistem yang telah di analisa dan dirancang sebelumnya pada Bab IV.

6. Bab VI Penutup

Bab ini berisi kesimpulan yang dihasilkan dari pembahasan tentang sistem yang akan dibuat dan beberapa saran sebagai hasil akhir dari penelitian yang telah dilakukan.