

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Dalam era digital yang terus berkembang, Saat ini, banyak aktivitas dan kebutuhan kehidupan manusia telah mengalami standar baru sebagai akibat dari perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Pada penjualan produk teknologi menjadi salah satu industri yang sangat diminati. Dalam konteks ini, model bisnis dropshipping telah menjadi pilihan yang populer bagi banyak pebisnis yang ingin memanfaatkan peluang pasar teknologi tanpa harus menyimpan stok barang sendiri. Industri teknologi terus berkembang dengan pesat. Inovasi produk dan perkembangan teknologi menghasilkan berbagai macam perangkat elektronik, perangkat lunak, aksesoris, dan peralatan lainnya yang diminati oleh konsumen. Permintaan akan produk-produk ini terus meningkat, menciptakan peluang bisnis yang menarik bagi dropshipper.

Salah satu keuntungan utama menjadi dropshipper teknologi adalah modal awal yang rendah. Dalam model bisnis ini, dropshipper tidak perlu mengeluarkan modal besar untuk membeli dan menyimpan stok produk. Sebaliknya, mereka bekerja sama dengan pemasok atau distributor yang akan mengirimkan produk langsung kepada pembeli setelah pesanan diterima.

Menurut (Idris, 2021) menyatakan bahwa dropshipper hanya perlu memasarkan dan menjual barang milik pihak lain tanpa perlu membelinya terlebih dahulu. Hal ini memungkinkan pelaku bisnis untuk memulai usaha dengan risiko finansial yang lebih rendah.

Salah satu keunggulan utama dalam menjalankan bisnis dropshipper teknologi adalah akses yang lebih luas ke pasar global. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia, perkembangan bisnis saat ini telah beralih dari sistem konvensional ke sistem digital. Dropshipper dapat dengan mudah menjual produk secara online melalui platform e-commerce dan memasarkan produk mereka kepada pembeli di berbagai wilayah. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjangkau pangsa pasar yang lebih besar tanpa batasan wilayah yang signifikan.

Penjual dalam dropshipper adalah orang yang memasarkan produknya dari toko-toko atau agen distributor langsung kepada pembeli. Mereka yang berbisnis online memiliki toko masing-masing, baik melalui media sosial maupun platform e-commerce. Penjual sangat ingin mendapatkan pasar di mana produk yang mereka pasarkan dapat terjual dengan cepat kepada pembeli. Oleh karena itu, penjual harus mengetahui produk mana yang sesuai dengan tren saat ini. Selain itu, penjual harus mengetahui produk-produk yang direkomendasikan oleh agen distributor dengan harga terjangkau

tetapi tetap memiliki kualitas tinggi. Ini sangat diminati oleh pembeli. Selanjutnya, penjual harus memastikan ketersediaan stok produk secara real-time dengan agen distributor. Hal ini sangat penting karena ketersediaan stok berpengaruh pada kemampuan penjual dropshipping untuk memenuhi pesanan pembeli dengan baik dan penjual harus mempertimbangkan lokasi gudang yang sesuai dengan pasar mereka. Lokasi gudang mempengaruhi kecepatan pengiriman produk ke alamat pembeli. Jika lokasi gudang dekat dengan alamat pembeli, maka produk akan tiba dengan cepat ke tujuan.

DagangNow Company adalah salah satu perusahaan yang bergerak pada platform penyedia layanan dropshipper, Lokasi gudang produk yang dimiliki oleh platform DagangNow terdapat 5 gudang yang berada di Jakarta Barat, Jakarta Selatan, Tangerang, Bandung, Garut dan Jepara.

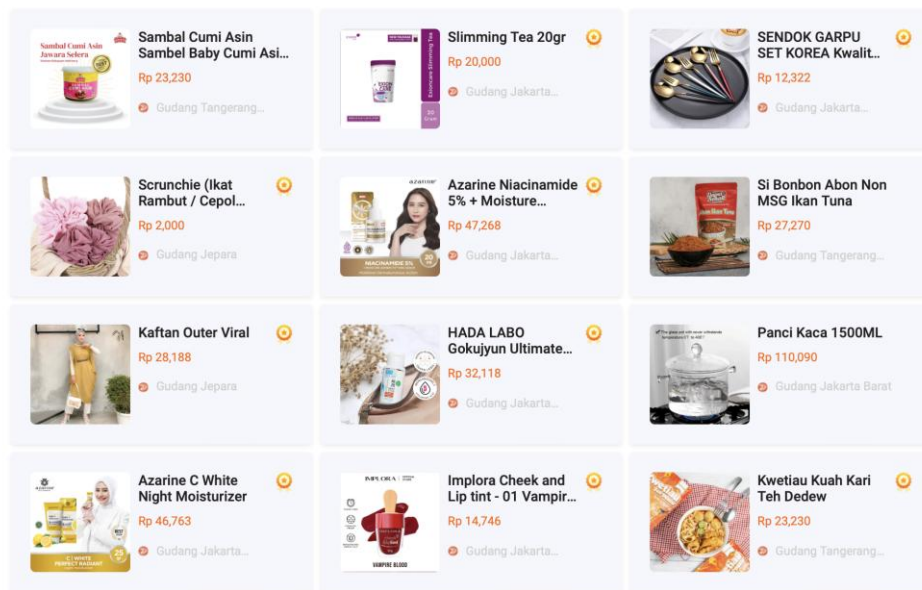
Sebagai platform dropshipper online, DagangNow bertujuan untuk memberikan pengalaman berbelanja yang optimal kepada pelanggan mereka. Pelanggan di sini merujuk kepada pengguna DagangNow yang menjadi penjual, karena platform ini mengajak pelanggan untuk menjadi penjual atau seller dan menjual produk yang tersedia di platform DagangNow.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh DagangNow adalah memberikan rekomendasi produk terbaik kepada pelanggan dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria yang relevan. Hal ini bertujuan untuk membantu pengguna aplikasi DagangNow dalam menarik pembeli atau memasarkan produk sesuai dengan preferensi pembeli.

Tantangan yang dihadapi adalah jumlah produk yang sangat banyak yang tersedia di platform DagangNow. Setiap produk memiliki berbagai atribut dan kriteria seperti harga, kualitas, ulasan pelanggan, popularitas, dan lainnya. Memahami dan menganalisis data yang kompleks ini menjadi tugas yang rumit dan memakan waktu.

DagangNow sebagai penyedia platform dropshipper menjadi poin utama dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggannya, sering kali pelanggan merasa produknya sulit terjual, sehingga pelanggan kesulitan juga dalam memasarkan produknya.

## TOP PENJUALAN PRODUK



**Gambar 1. 1 Top Penjualan Produk Platform DagangNow**

Pada saat ini diwebsite platform DagangNow terdapat fitur bagian yang menampilkan top produk atau penjualan terbanyak berdasarkan item terjualnya saja. Data top penjualan yang menampilkan daftar produk tidak signifikan untuk membantu pelanggannya dalam melakukan pemasaran produk ke pembeli. Berikut adalah daftar data produk top penjualan :

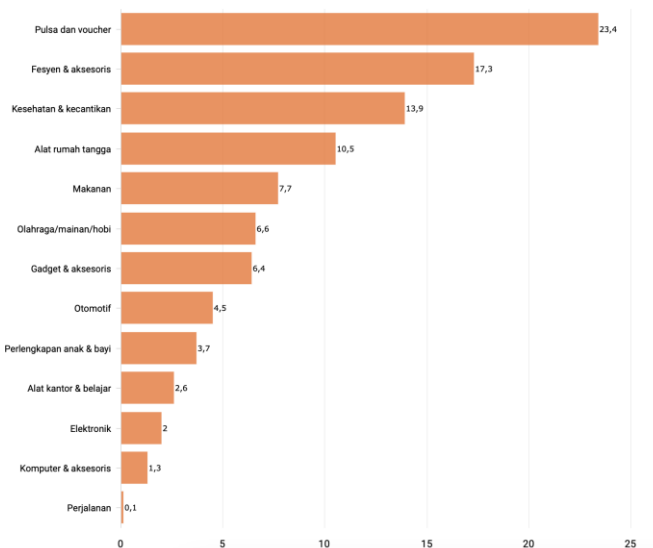
**Tabel 1. 1 Daftar Top Produk Platform DagangNow**

| TOP | PRODUK                                                     | TERJUAL | HARGA | STOK | GUDANG            | KATEGORI        | RATING |
|-----|------------------------------------------------------------|---------|-------|------|-------------------|-----------------|--------|
| 1   | Sambal Cumi Asin<br>Sambal Baby Cumi Asin<br>Jawara Selera | 9918    | 23230 | 121  | Tangerang Selatan | Makanan         | 4,0    |
| 2   | Slimming Tea 20gr                                          | 2129    | 20000 | 215  | Jakarta Barat     | Kesehatan       | 5,0    |
| 3   | SENDOK GARPU SET KOREA<br>Kualitas Premium                 | 1908    | 12322 | 397  | Jakarta Barat     | Serbaguna Rumah | 5,0    |
| 4   | Scrunchie (Ikat Rambut /                                   | 1762    | 2000  | 388  | Jepara            | Pakaian Muslim  | 4,0    |

| TOP | PRODUK                                                | TERJUAL | HARGA  | STOK | GUDANG            | KATEGORI        | RATING |
|-----|-------------------------------------------------------|---------|--------|------|-------------------|-----------------|--------|
|     | Cepol Hijab)                                          |         |        |      |                   |                 |        |
| 5   | Azarine Niacinamide 5% + Moisture Sepiwhite Serum     | 1692    | 47268  | 88   | Jakarta Selatan   | Kecantikan      | 5,0    |
| 6   | Si Bonbon Abon Non MSG Ikan Tuna                      | 1618    | 27270  | 182  | Tangerang Selatan | Makanan         | 3,0    |
| 7   | Kaftan Outer Viral                                    | 1562    | 28188  | 221  | Jepara            | Pakaian Muslim  | 5,0    |
| 8   | HADA LABO Gokujyun Ultimate Moisturizing Lotion 100ml | 1543    | 32118  | 334  | Jakarta Selatan   | Kecantikan      | 3,0    |
| 9   | Panci Kaca 1500ML                                     | 1525    | 110090 | 118  | Jakarta Barat     | Serbaguna Rumah | 5,0    |
| 10  | Azarine C White Night Moisturizer                     | 1508    | 46763  | 121  | Jakarta Selatan   | Kecantikan      | 3,0    |
| 11  | Implora Cheek and Lip tint - 01 Vampire Blood         | 1481    | 14746  | 300  | Jakarta Selatan   | Kecantikan      | 4,0    |
| 12  | Kwetiau Kuah Kari Teh Dedew                           | 1428    | 23230  | 111  | Tangerang Selatan | Makanan         | 4,0    |

Berdasarkan data penjualan teratas, kategori Makanan mencapai penjualan tertinggi sebanyak 9918 pcs. Namun, terdapat beberapa pengguna DagangNow menginginkan ada kriteria lain yang membuat beberapa produk yang menduduki peringkat teratas. Mereka berharap ada rekomendasi produk bagi penjual online agar dapat mengetahui produk yang sedang tren dan mudah dijual.

Berdasarkan Studi dalam analisis, data dari 16 juta sampel transaksi e-commerce di lima marketplace terbesar Indonesia sepanjang Januari-Desember 2021.



**Gambar 1. 2 Grafik Kategori Produk Populer**

(sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/03/ini-produk-yang-paling-banyak-dibeli-di-e-commerce>)

Salah satu temuan menunjukkan bahwa pulsa dan voucher merupakan produk dengan proporsi jumlah transaksi terbesar pada tahun lalu, yaitu sebesar 23,4% dari total transaksi e-commerce. Di peringkat kedua, terdapat produk fesyen (fashion) dan aksesorisnya, dengan proporsi jumlah transaksi sebesar 17,3%. Produk kesehatan dan kecantikan menyumbang 13,9% dari total transaksi, diikuti oleh peralatan rumah tangga dengan 10,5%, dan makanan sebesar 7,7%. Sedangkan, gadget dan aksesorisnya hanya memiliki proporsi jumlah transaksi sebesar 6,4%, sementara komputer dan aksesorisnya hanya 1,3% (Pahlevi, 2022).

**Tabel 1. 2 Daftar Kategori Produk Populer**

| Kategori               | Persentase (%) |
|------------------------|----------------|
| Pulsa dan voucher      | 23,4           |
| Fesyen & aksesoris     | 17,3           |
| Kesehatan & kecantikan | 13,9           |
| Alat rumah tangga      | 10,5           |
| Makanan                | 7,7            |
| Olahraga/mainan/hobi   | 6,6            |
| Gadget & aksesoris     | 6,4            |
| Otomotif               | 4,5            |

| Kategori                 | Persentase (%) |
|--------------------------|----------------|
| Perlengkapan anak & bayi | 3,7            |
| Alat kantor & belajar    | 2,6            |
| Elektronik               | 2              |
| Komputer & aksesoris     | 1,3            |
| Perjalanan               | 0,1            |

Dari penjelasan diatas terdapat perbedaan kategori yang ada di platform DagangNow dan kategori bersumber dari databoks, maka akan dicarikan solusi dalam menentukan rekomendasi produk yang tepat kepada pengguna platform DagangNow. Sebuah sistem pendukung keputusan (SPK) adalah sistem berbasis komputer interaktif yang membantu pengambil keputusan memecahkan masalah yang tidak terstruktur dengan data dan model. SPK membantu dalam pengambilan keputusan yang menggabungkan elemen kuantitatif dan kualitatif (Prasetyo Tarigan dkk., 2020).

Dalam perancangan Sistem Pendukung Keputusan terdapat banyak metode yang digunakan, salah satu metode yang digunakan ialah Multiple Attribute Decision Making (MADM). MADM adalah teknik untuk menemukan alternatif terbaik dengan kriteria yang ada. MADM memiliki banyak metode penyelesaian, salah satunya adalah metode TOPSIS (Fahlevi dkk., 2020).

Metode ini adalah metode analisis keputusan multi-kriteria yang digunakan untuk menentukan alternatif terbaik dari sekelompok alternatif yang ada. Metode ini melibatkan perbandingan relatif antara alternatif berdasarkan beberapa kriteria, TOPSIS (Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) salah satu metode analisis keputusan multi-kriteria yang telah banyak digunakan dalam berbagai bidang, termasuk e-commerce dan sistem rekomendasi.

Metode TOPSIS mempertimbangkan solusi ideal positif dan solusi ideal negatif. Solusi ideal positif adalah nilai terbaik dari setiap kriteria, sedangkan solusi ideal negatif adalah nilai terburuk dari setiap kriteria yang dimiliki oleh alternatif yang ada. Dengan menggunakan kedua solusi ini, metode TOPSIS memilih alternatif yang memiliki jarak terdekat dengan solusi ideal positif dan jarak terjauh dengan solusi ideal negatif. Dalam konteks ini, terdapat beberapa kelemahan dan kelebihan yang bisa ditarik kesimpulan dari metode TOPSIS.

Kelebihan dari Sistem Pendukung Keputusan pada metode TOPSIS memiliki konsep yang sederhana dan mudah dipahami. Alur prosesnya tidak rumit, karena melibatkan indikator kriteria dan variabel alternatif untuk menentukan keputusan. Selain itu, komputasinya efisien dan cepat, sehingga perhitungannya dapat dilakukan

dengan lebih efisien. Metode ini juga dapat digunakan sebagai pengukur kinerja alternatif dan sebagai alat bantu pengambilan keputusan. Output komputasinya memiliki bentuk yang sederhana, sehingga memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih cepat. TOPSIS juga menggunakan konsep ideal dan negatif untuk membandingkan produk dengan solusi ideal dan solusi negatif. Solusi ideal mewakili atribut-atribut yang diinginkan dalam produk, sementara solusi negatif mewakili atribut-atribut yang tidak diinginkan. Dengan mempertimbangkan kedua solusi ini, TOPSIS dapat menghasilkan rekomendasi berdasarkan kesamaan dengan solusi ideal dan jarak terhadap solusi negatif

Kekurangan dari Sistem Pendukung Keputusan pada metode TOPSIS belum menyediakan bentuk linguistik untuk penilaian alternatif terhadap kriteria, biasanya dalam bentuk bilangan fuzzy. Selain itu, ketidakadanya mediator seperti hirarki dalam proses pengambilan keputusan mandiri dapat mengakibatkan keputusan yang dihasilkan cenderung tidak sempurna dalam hal akurasi.

Metode TOPSIS dapat membantu menentukan produk terbaik berdasarkan kriteria yang relevan. Metode ini memungkinkan perusahaan DagangNow untuk membuat rekomendasi produk yang lebih cerdas dan akurat kepada pelanggan mereka, berdasarkan analisis komprehensif dari berbagai faktor yang penting.

Oleh karena itu, peneliti ingin membantu menyelesaikan studi kasus yang ada pada perusahaan DagangNow, maka dibutuhkan suatu sistem pendukung keputusan yang diharapkan dapat membantu perusahaan ini dalam menentukan rekomendasi produk yang terbaik berdasarkan kriteria yang ada. Dari beberapa metode yang memungkinkan, dipilih metode TOPSIS (Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution). Dengan demikian, peneliti mengambil judul **“Penerapan Metode TOPSIS Dalam Menentukan Rekomendasi Produk Untuk Penjual Online”**

## **B. Permasalahan**

Perusahaan menentukan rekomendasi berdasarkan preferensi perusahaan sebagai alat bantu penjualan bagi pengguna aplikasi. Informasi ini didapatkan melalui wawancara dengan CEO (Chief Executive Officer), oleh; Mochamad Sultan Altikriti, pada tanggal 16 Desember 2023, di mana beliau menjawab beberapa pertanyaan dari peneliti sebagai berikut:

- (1) Bagaimana perusahaan Anda menentukan produk top penjualan yang direkomendasikan kepada penjual online?;
- (2) Apakah perusahaan Anda pernah menerima keluhan dari penjual yang menggunakan fitur rekomendasi produk berdasarkan top penjualan?.

Dari dua pertanyaan wawancara di atas, peneliti dapat mengetahui informasi mengenai proses yang sedang berjalan saat ini. Pertanyaan pertama mengungkapkan bahwa Perusahaan telah membuat fitur top penjualan sebagai bagian dari aplikasi mereka untuk membantu pengguna meningkatkan penjualan. Fitur ini berdasarkan jumlah item yang terjual, memungkinkan pengguna untuk melihat produk yang paling sering terjual dan memasarkannya dengan lebih cepat untuk mendapatkan keuntungan dalam waktu singkat. Pada saat tersebut, perusahaan belum memiliki banyak atribut tambahan untuk rekomendasi produk, fokus mereka adalah membantu pengguna dalam strategi pemasaran yang efektif seperti membuat toko online, memasarkan produk, dan mencari keuntungan maksimal.

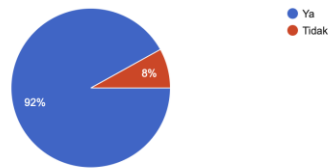
Namun, dari jawaban pertanyaan kedua, peneliti mendapatkan informasi bahwa perusahaan sering mendapatkan keluhan-keluhan dari penjual karena produk yang di rekomendasikan berdasarkan top penjualan dari perusahaan tidak efektif dalam menunjukan bahwa produk tersebut mudah untuk dipasarkan. Berikut ini pada Tabel 1.3 lampiran data keluhan dari penjual aktif pada tahun 2023 bulan januari - desember:

**Tabel 1. 3 Data Keluhan Penjual**

| No | Keluhan Pengguna                                                    | Total Keluhan |
|----|---------------------------------------------------------------------|---------------|
| 1  | <i>"Rekomendasi produk tidak mudah dipasarkan"</i>                  | 40            |
| 2  | <i>"Harus menambahkan pembanding selain produk terlaris"</i>        | 3             |
| 3  | <i>"Tidak sesuai dengan trend terkini"</i>                          | 6             |
| 4  | <i>"Tidak ada keunggulan produk untuk bersaing"</i>                 | 8             |
| 5  | <i>"Lokasi produk yang ditawarkan jauh dari lokasi penjual"</i>     | 29            |
| 7  | <i>"Keterlambatan dalam pengiriman"</i>                             | 20            |
| 8  | <i>"Harga yang tinggi untuk dipasarkan"</i>                         | 4             |
| 9  | <i>"Rating/feedback yang kurang cocok untuk ditawarkan kepasar"</i> | 8             |

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, perlu dilakukan pengujian lebih lanjut dengan melibatkan penjual online melalui pengumpulan data kuantitatif dengan sebar kuesioner, Berikut ini adalah data kuesioner yang telah disebar kepada pengguna aplikasi dengan jumlah responden **287**, yang mencakup pertanyaan dan grafik terkait:

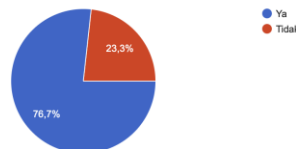
Apakah Anda menggunakan fitur top penjualan dalam platform dropship yang Anda gunakan?  
287 jawaban



**Gambar 1. 3 Grafik Statistik Kuesioner 1**

Berdasarkan grafik statistik dari pertanyaan di atas, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut; nilai 92% pengguna secara signifikan memilih opsi "Ya" ketika ditanya *apakah anda menggunakan fitur top penjualan dalam platform dropship yang anda gunakan?*. Hasil ini menunjukkan mayoritas pengguna menggunakan fitur top penjualan. Di sisi lain, hanya sejumlah kecil pengguna, yaitu 8%, yang memilih opsi "Tidak".

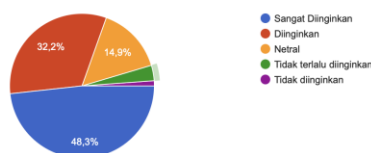
Apakah Anda merasa ada kriteria lain yang lebih penting dalam menentukan produk yang akan Anda jual?  
286 jawaban



**Gambar 1. 4 Grafik Statistik Kuesioner 2**

Berdasarkan grafik statistik dari pertanyaan di atas, peneliti mendapatkan hasil yang menarik. Dari data yang dikumpulkan, 76,7% pengguna secara signifikan memilih opsi "Ya". Kemudian dari jawaban sisi lain, yaitu 23,3%, yang memilih opsi "Tidak". Meskipun hampir sebanding, hal ini menunjukkan adanya sebagian pengguna yang merasa bahwa ada kriteria lain yang lebih penting dalam menentukan produk yang akan dijual.

Bagaimana pendapat Anda mengenai adanya fitur rekomendasi produk berdasarkan kriteria lain selain top penjualan?  
287 jawaban



**Gambar 1. 5 Grafik Statistik Kuesioner 3**

Berdasarkan grafik statistik dari pertanyaan di atas, peneliti memperoleh hasil sebagai berikut: 48,3% pengguna memilih "Sangat Diinginkan", 32,2% pengguna

memilih "Diinginkan", 14,9% pengguna memilih "Netral", 3,4% pengguna memilih "Tidak terlalu diinginkan" dan 1,1% pengguna memilih "Tidak diinginkan".

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan diatas, sehingga dapat menjadi poin penting untuk diidentifikasi permasalahan, yaitu sebagai berikut :

- (a) Rekomendasi produk masih belum efektif;
- (b) Kriteria yang digunakan masih belum tepat

### **2. Rumusan Masalah**

- (a) Pokok Masalah (Problem Statement)

Berdasarkan identifikasi masalah yang sudah di uraikan diatas maka pokok masalah utama dalam penelitian ini, bahwa dalam menentukan rekomendasi produk masih belum efektif dan kriteria yang digunakan masih belum tepat.

- (b) Pertanyaan Penelitian (Research Question)

- (1) Bagaimana penerapan metode TOPSIS dalam menentukan rekomendasi produk?;
- (2) Bagaimana cara menentukan kriteria yang tepat dalam rekomendasi produk?.

## **C. Maksud dan Tujuan**

### **1. Maksud**

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka maksud dari penelitian ini adalah mengimplementasikan cara penggunaan dalam menentukan rekomendasi produk untuk penjual online.

### **2. Tujuan**

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

- (a) Menentukan rekomendasi pemilihan produk secara tepat untuk memudahkan penjual online memasarkan produk ke pembeli;
- (b) Mengukur tingkat akurasi dan keefektifitasan dari penerapan metode TOPSIS dalam menentukan rekomendasi produk ke penjual online.

## **D. Spesifikasi Hasil**

Melalui penelitian ini, terciptanya sebuah prototype untuk memberikan rekomendasi produk kepada penjual online berbasis website menggunakan bahasa pemrograman PHP dan MySQL sebagai database atau penyimpanan data. Prototype ini memungkinkan admin DagangNow untuk memilih produk ke dalam sistem, memilih

kriteria yang relevan untuk merekomendasikan produk kepada penjual, dan menghasilkan output berupa perangkingan produk.

Perangkingan ini akan menampilkan urutan produk berdasarkan tingkat keunggulan dan kecocokan dengan kriteria yang telah dipilih, sehingga memudahkan penjual dalam menentukan produk mana yang lebih baik untuk direkomendasikan kepada pelanggan.

#### **E. Signifikansi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dalam rangka mengembangkan dan menerapkan Teknik Komputasi dalam metode TOPSIS untuk memberikan rekomendasi produk kepada penjual online. Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (a) Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu, penelitian ini memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dalam penerapan metode TOPSIS untuk menentukan rekomendasi produk kepada penjual online;
- (b) Manfaat praktis dari penelitian ini, penjual online akan mendapatkan rekomendasi produk yang relevan dan berkualitas. Hal ini akan memberikan keunggulan kompetitif dalam menarik pelanggan dan bersaing dengan penjual online lainnya;
- (c) Manfaat kebijakan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam pengambilan keputusan bagi pihak perusahaan platform. Data dan rekomendasi produk yang diperoleh dari penelitian ini dapat digunakan dalam memilih produk mana yang akan direkomendasikan kepada penjual online.

#### **F. Asumsi dan Keterbatasan**

Berikut ini adalah asumsi dan keterbatasan pada penelitian yang dilakukan :

##### **1. Asumsi**

Asumsi dalam penelitian ini yaitu:

- (a) Dengan adanya penelitian ini maka akan memudahkan dalam proses menentukan berdasarkan kriteria yang relevan untuk merekomendasi produk ke penjual online;
- (b) Sistem yang akan dibuat dapat membantu pihak perusahaan dalam menentukan rekomendasi produk ke penjual online.

##### **2. Keterbatasan**

Dalam penelitian ini, pengembangan aplikasi yang dikembangkan memiliki keterbatasan, antara lain:

- (a) Aplikasi hanya dapat digunakan menggunakan web browser pada PC;
- (b) Penerapan metode TOPSIS hanya untuk menentukan rekomendasi produk yang menghasilkan peringkat (ranking) produk yang terbaik;

- (c) Variabel yang digunakan data dari internal produk perusahaan;
- (d) Rekomendasi produk bergantung pada data yang tersedia dalam aplikasi.

#### **G. Definisi Istilah**

Beberapa istilah yang digunakan dalam penyusunan laporan penelitian :

1. Sistem pendukung keputusan adalah bagian dari sistem informasi berbasis komputer yang dipakai untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu organisasi atau perusahaan;
2. Penentuan adalah proses atau tindakan menetapkan atau memilih sesuatu dengan keputusan yang didasarkan pada pertimbangan atau evaluasi;
3. Penjual online adalah individu atau perusahaan yang menjual produk atau layanan melalui platform elektronik seperti situs web atau aplikasi e-commerce. Mereka menggunakan teknologi internet untuk mencapai dan berinteraksi dengan konsumen mereka;
4. Rekomendasi adalah saran atau rekomendasi yang diberikan kepada pengguna berdasarkan data dan preferensi mereka untuk membantu mereka dalam pengambilan keputusan, seperti rekomendasi produk, konten, atau aktivitas yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka;
5. Kriteria adalah standar atau parameter yang digunakan untuk mengevaluasi atau memilih sesuatu.