

ANALISIS WEBSITE TOKO ONLINE

(Studi kasus www.belbuk.com)

Andri Prasetyo, S.E

Linda Suvi Rahmawati, S.Kom

Program Studi Perang Lunak Sistem Informasi Universitas Gunadarma

ABSTRACT

The development of e-commerce has brought changes to the sales strategy of various products in various countries, including Indonesia. Becoming more and more appear various e-commerce website with a variety of offerings including online bookstores. Through observation method perengkingan using machine (Alexa rank & Page rank) of this study wanted to see how much the user knows the website with the keywords typed into the search engine. By using these machines the researchers also wanted to see the world and serve targeted website ranked in Indonesia itself. The results showed that the website tersebut not so well known by the user. This study also showed a high correlation between the name of the site that is easy to remember the number of the arrival of the user.

Kata Kunci: *e-commerce, bookstore*

1. PENDAHULUAN

Masing – masing individu maupun sebuah organisasi mempunyai latar belakang yang beranekaragam dalam menggunakan internet sebagai media bisnisnya, namun latar belakang yang lazim umumnya adalah sebagai berikut ini

- a. Kebutuhan transaksi pada umumnya didorong untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Situs E-Commerce digunakan untuk melakukan pengenalan produk dengan jangkauan yang lebih luas, tanpa batasan ruang dan waktu.
- b. Kondisi social, Ekonomi, dan Demografi /Lokasi. Diciptakan untuk melayani pasar dengan kondisi demografi / lokasi di wilayah tertentu (boarderless).

Dengan adanya *E-Commerce* penjual lebih mudah untuk mengenalkan berbagai produk dan berbagai penawaran yang menarik. Semakin hari semakin banyak website – website *E-Commerce* yang bermunculan, termasuk dalam pembelian buku secara online. Akan tetapi

semakin maraknya *E-Commerce* tidak merubah perilaku masyarakat dalam pencarian produk yang akan dibelinya, mereka lebih suka mencari melalui *search engine* dengan mengetikkan sebuah kalimat yang familiar bagi mereka ketimbang mengetikkan situs website – website *E-Commerce* tersebut kedalam URL pada sebuah browser.

Dengan latar belakang tersebut maka dilakukan sebuah penelitian mengenai seberapa sering user (Masyarakat) mengakses sebuah website yang berbasis *E-Commers* dan seberapa mengenalnya mereka dengan website tersebut yang dimana pada studi kasus website www.belbuk.com. Website www.belbuk.com adalah sebuah website *E-commerce* yang menjual produk buku, website tersebut sudah berjalan beberapa tahun ini dan di tahun 2014 mengalami penurunan dari segi angka penjualan dan juga jumlah pengunjung website tersebut. Maka dengan adanya permasalahan tersebut kami mencoba menganalisis website tersebut sehingga hasil analisa bisa dijadikan patokan keputusan untuk menaikkan penjualan serta pengunjung

website tersebut.

Tujuan Penelitian

Mengetahui seberapa mengenalnya masyarakat dengan website www.belbuk.com dari segi pencarian dengan memanfaatkan *alexa rank* dan *page rank*

Manfaat Penelitian

1. Membantu pengusaha / penjual dan konsumen dalam menganalisa sebuah website penjualan sehingga bisa menjadi lebih baik dari segi pelayanan maupun pemasaran
2. Membantu Pengusaha untuk mengetahui kelemahan serta keunggulan website *E-Commercenya* , serta bisa membantu membuat sebuah keputusan dalam pengembangan website tersebut.

Rumusan Masalah

Bagaimana menganalisa untuk mengetahui seberapa mengenalnya masyarakat dengan website www.belbuk.com dari segi pencarian dan juga jumlah pengunjung website tersebut?

Batasan Masalah

1. Data berdasarkan hasil dari *compiler page rank* dan *alexa rank*
2. Analisa berdasarkan *keyword* dalam pembelian produk
3. Studi kasus website www.belbuk.com

2. TINJAUAN PUSTAKA

E-commerce dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk melakukan transaksi antara dua pihak atau lebih dengan menggunakan komputer yang terhubung secara bersama-sama dalam jaringan. (Jurnal Ilmiah Berkala Enam Bulanan, ISSN 1410 – 1831 Volume 12 No. 1, Januari 2007 , 92)

ini menyatakan bahwa *E-Commerce* adalah bentuk wadah transaksi yang berjalan pada jaringan internet sehingga bersifat online

Dalam buku Alexa (2012) mencatat lima media sosial teratas di dunia yaitu Facebook, diikuti oleh Twitter, LinkedIn, Google+ dan Pinterest. Facebook yang pada awalnya diasaskan oleh Mark Zuckerberg sebagai medium untuk berkomunikasi dan berkongsi maklumat bagi mahasiswa Harvard sahaja kini menjadi mediasosial paling fenomena di dunia. Pada Jun 2011 Facebook melaporkan telah pun mencapai 750 juta pengguna.

Pagerank “A method assigns importance ranks to nodes in a linked database, such as any database of documents containing citations, the world wide web or any other hypermedia database.” (Jason. J.Green,5: 2004)

Dijelaskan pada Jason.J.Green bahwa Pagerank mempunyai metode kinerja dengan memberikan peringkat berdasarkan database website yang ada melalui world wide web atau database hypermedia lainnya

Bisa disimpulkan bahwa Alexa rank dan Pagerank mempunyai fungsi yang sama sebagai *tools* untuk mengetahui kepopuleran sebuah website yang sudah berjalan pada jaringan internet yang hasilnya bisa dilihat melalui angka dan standarisai tools tersebut. Yang dimana Page Rank mempunyai standar nilai mulai dari 1 sampai dengan 10 dan alexa rank berdasarkan banyaknya jumlah nilai, jadi semakin banyak nilai yang tercetak pada kedua tools tersebut maka bisa disimpulkan bahwa website yang di analisa tersebut adalah dalam kategori website yang baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Website www.belbuk.com merupakan salah website *e-commerce* yang dimana website tersebut memfasilitasi atau menjual produk yaitu buku. Dengan banyaknya website *e-commerce* yang menjual buku maka semakin berat juga persaingan antar website tersebut, maka penganalisaan melalui alexarank dan pagerank bisa diketahui sepopuler apakah

website www.belbuk.com tersebut.

Kebiasaan masyarakat di Indonesia dan Negara yang lainnya untuk membeli sebuah produk (buku), kebanyakan lebih memilih mencari lewat *search engine* ketimbang langsung menuliskan alamat sebuah website. Hal tersebut juga sangat mempengaruhi seberapa kenal masyarakat dengan www.belbuk.com.



Gambar 1.1 Google *Page Rank* dari www.belbuk.com berdasarkan Jumlah pengunjung

Dari gambar 1.1 bisa di lihat bahwa website www.belbuk.com mempunyai nilai 3 dari 10 pada penilaian menggunakan *tools Page Rank*, maka disimpulkan bahwa www.belbuk.com masih mempunyai nilai rendah. Bisa dikatakan rendah karena *pagerank* mempunyai rentang antara 1 sampai dengan 10.

Kemudian pada gambar 1.2 perengkingan *Alexarank* bisa dilihat bahwa website www.belbuk.com mempunyai rangking 193,245 untuk seluruh dunia dan di Indonesia mempunyai rangking 2,005. Dari hasil perengkingan yang dilakukan *alexa rank* dan *page rank* berdasarkan jumlah pengunjung tersebut bisa disimpulkan bahwa website www.belbuk.com masih mempunyai pengunjung yang sedikit.



Gambar 1.2 *Alexa Rank* dari www.belbuk.com berdasarkan Jumlah pengunjung

Kemudian dari segi pencarian berdasarkan *keyword* yang diketik oleh user gambar 1.3



Gambar 1.3 *Alexa Rank* dari www.belbuk.com berdasarkan *Keyword*

Terlihat pada gambar 1.3 bahwa pencarian berdasarkan nama website www.belbuk.com dengan *keyword* 'belbuk' menduduki peringkat nomor 5 (lima) dari sekian banyak *keyword* yang dientrikan oleh user, ini menunjukkan bahwa user atau masyarakat lebih merasa mudah dan terbiasa dengan *keyword* yang lebih familiar.

4. KESIMPULAN

Dari hasil analisis perhitungan menggunakan *tools Page Rank* berdasarkan jumlah pengunjung yang mengunjungi www.belbuk.com mempunyai nilai 3 dari 10 dan *Alexa Rank* mempunyai nilai 193, 245 dan di Indonesia mempunyai nilai 2,005 maka bisa disimpulkan bahwa website www.belbuk.com masih mempunyai

pengunjung yang sedikit. Website belum terkenal dan perlu dikaji lagi untuk pengembangannya.

- a. Dilihat dari pencariannya user masih merasa mudah dan terbiasa mencari lewat *search engine* menggunakan *keyword* yang sudah familiar bagi user bukan mengetikkan alamat dari website www.belbuk.com, ini menunjukkan bahwa website www.belbuk.com belum begitu terkenal di mata masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Jurnal Ilmiah Berkala Enam Bulanan, ISSN 1410 – 1831 Volume 12 No. 1, Januari 2007, 92
- Alexa. 2012. Top sites. Retrieved from <http://www.alexa.com/> [2 September 2012].
- Page Rank Citation Ranking: Bringing Order to the Web Lawrence Page, Sergey Brin, Rajeev Motwani und Terry Winograd, Department of Computer Science Stanford University
- Page Rank Citation Ranking: Bringing Order to the Web *Lawrence Page, Sergey Brin, Rajeev Motwani und Terry Winograd* Department of Computer Science Stanford University
- Kaur, Kiranjit (2005). Consumer Protection in E-Commerce in Malaysia: An Overview UNEAC Papers No. 10, 2005. Published in the Electronic Journal of University of New England, Armidale NSW Australia.
- MPC (2009). Study on the Impact of e-Commerce Adoption among Small and Medium Sized Enterprises. Published internally by Malaysia Productivity Corporation (MPC).