

Analisis Pemilihan Marketplace Terbaik Di Kalangan Remaja Menggunakan Metode *Multi-Attribute Utility Theory* di Kota Makassar

Arya Berelaku^{1*}, Desmoon Christopher Mongkau², Dikwan Moeis³, Rosnani⁴

^{1,2,3,4}Sistem Informasi, STMIK Profesional Makassar, Indonesia

¹aryabrllk@gmail.com, ²desmooncmongkau.018@gmail.com, ³dikwan.moeis@gmail.com,

⁴rose_132008@yahoo.com



Histori Artikel:

Diajukan: 25 Agustus 2023

Disetujui: 20 September 2023

Dipublikasi: 22 September 2023

Kata Kunci:

Multi-Attribute Utility Theory,
Analisis, Remaja, Marketplace,
Sistem

Digital Transformation Technology (Digitech) is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0).

Abstrak

Pengguna seringkali harus membandingkan dan mengevaluasi setiap *marketplace* secara manual, yang memakan waktu dan upaya yang signifikan. Selain itu, informasi yang tersedia bagi pengguna mengenai *marketplace* sangat terbatas. Informasi yang diberikan oleh *marketplace* tidak lengkap atau sulit untuk dinilai secara objektif. Pengguna seringkali mengandalkan ulasan pengguna atau informasi yang ditemukan di internet, sehingga tidak memadai untuk membuat keputusan yang tepat. Oleh karena itu, dilakukan penelitian oleh peneliti untuk membantu dalam menentukan *marketplace* yang terbaik di kalangan remaja pada kota Makassar. Analisis ini dilakukan di Kota Makassar Kecamatan Ujung Pandang dengan menggunakan metode *Multi-Attribute Utility Theory* (MAUT). Dengan menerapkan metode MAUT dalam analisis penilaian ini memberikan hasil akhir perengkingan dari nilai alternatif tertinggi hingga nilai alternatif terendah. Tujuan dari penelitian ini dapat membantu pengguna mengetahui *marketplace* terbaik dan diminati di kalangan remaja. Manfaat dari penelitian ini agar dapat mengimplementasikan metode MAUT pada pemilihan *Marketpace* terbaik serta dapat membantu penjual memahami tentang perilaku konsumen. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh dengan metode MAUT, Shopee pada urutan pertama dengan nilai 0,81, Tiktokshop pada urutan kedua dengan nilai 0,74, Tokopedia pada urutan ketiga dengan nilai 0,64, dan Lazada pada urutan keempat dengan nilai 0.43 dan urutan terakhir adalah Bibli dengan nilai 0.02. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah *marketplace* dan dapat membandingkan menggunakan metode lain.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sudah semakin pesat sehingga memungkinkan orang dapat melakukan banyak hal dengan mudah contohnya seperti berbelanja. Berbelanja dalam perkembangan teknologi ini tidak perlu lagi pergi ke toko untuk membeli produk yang diinginkan karena sudah dapat dilakukan secara *online* dari tempat kita melalui *marketplace*. Dengan adanya *marketplace* dapat memudahkan masyarakat dalam berbelanja terutama pada kalangan remaja yang sekarang ini lebih aktif dalam menggunakan internet sehingga memilih berbelanja secara *online*.

Marketplace adalah sebuah platform tempat berkumpulnya berbagai penjual yang melakukan kegiatan transaksi jual beli yang dilakukan secara daring atau *online*. Dalam *marketplace* terdapat dua jenis yaitu *marketplace* murni dan *marketplace* konsinyasi. *Marketplace* murni adalah tempat jual beli yang menggunakan sistem kerjasama dimana penjual dapat mengatur sendiri produk yang akan dijual sedangkan *marketplace* konsinyasi merupakan jenis *marketplace* yang menggunakan sistem seperti titip barang sehingga penjual hanya perlu menyediakan produk beserta deskripsinya dan *marketplace* akan mengurus penjualan serta melengkapi kebutuhan toko. *Marketplace* merupakan sebuah perantara bagi penjual dan pembeli dalam melakukan transaksi produk secara *online*. Terdapat sebuah istilah *e-commerce* yang seringkali dianggap sama dengan *marketplace* sedangkan hal tersebut berbeda. *E-commerce* merupakan tempat jual beli *online* yang hanya menjual produk milik merek dagang tertentu sedangkan dalam *marketplace* terdapat berbagai macam produk dari beberapa merek dagang yang ada.

Perkembangan *marketplace* sangat pesat sehingga jumlah *marketplace* yang ada semakin meningkat hingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat dimana setiap *marketplace* yang ada sekarang menawarkan berbagai keunggulan dan fitur yang berbeda. Di Indonesia terdapat beberapa *marketplace* contohnya seperti Shopee, Lazada, Tokopedia, Tiktok Shop dan Bibli yang memiliki kelebihan masing-masing baik dari segi tampilan aplikasi, produk yang tersedia, dan berbagai promo yang disediakan bagi pembeli sehingga pengguna mengalami

kesulitan dalam memilih *marketplace* yang sesuai bagi mereka. Terdapat juga hal lain yang dihadapi oleh pengguna seperti keberagaman fitur dan kebijakan yang ada di setiap *marketplace*, misalnya harga produk, kualitas produk, estimasi pengiriman, respon penjual dan kebijakan pengembalian barang dapat berbeda di setiap *marketplace*.

Pengguna seringkali harus membandingkan dan mengevaluasi setiap *marketplace* secara manual, yang memakan waktu dan upaya yang signifikan. Selain itu, informasi yang tersedia bagi pengguna mengenai *marketplace* sangat terbatas. Informasi yang diberikan oleh *marketplace* tidak lengkap atau sulit untuk dinilai secara objektif. Pengguna seringkali mengandalkan ulasan pengguna atau informasi yang ditemukan di internet, sehingga tidak memadai untuk membuat keputusan yang tepat.

Tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengimplementasikan metode MAUT dalam membantu menentukan *marketplace* yang terbaik di kalangan remaja pada kota Makassar serta dapat membuat aplikasi analisis pemilihan *marketplace* terbaik.

STUDI LITERATUR

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Wafda Syamila & Dian Natashia, 2021) “Analisis Pemilihan Marketplace Terbaik pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW), Technique for Others Reference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) dan Weighted product (WP)” pembahasan ini bertujuan untuk menganalisis marketplace terbaik pada masa COVID-19 menggunakan metode Simple Additive Weighting (SAW), Technique for Others Reference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) dan Weighted Product (WP) dengan penilaian kemudahan fitur, harga, respon pelayanan dan promo yang diberikan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Retno Sari, Marlina, 2023) dengan judul “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW)” pembahasan ini bertujuan untuk mengetahui marketplace yang diminati dan terbaik dalam menjual dan memasarkan produk, penulis menggunakan metode SAW yang dinilai tepat untuk mendukung pemecahan masalah yang memiliki kelebihan. (Sari & Marlina, 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh (Muhammad Ihsanul Fikri, Elin Haerani, Iis Afrianty, Siti Ramadhani, 2022) dengan judul “Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Guru Menggunakan Metode Multi Attribute Utility Theory (MAUT)” pembahasan ini bertujuan untuk menilai kinerja guru, guna mengukur kualitas dan mengevaluasi kinerja setiap guru yang mengajar disekolah dengan menggunakan metode Multi Attribute Utility Theory yang dimana dengan metode ini akan memberikan penilaian atau ranking dari nilai alternatif tertinggi hingga nilai alternatif terendah. (Fikri dkk., 2022)

2. Pengertian Sistem

Secara umum, sistem merupakan suatu kumpulan komponen dan elemen yang saling terintegrasi, terorganisir dan bekerja sama untuk mewujudkan suatu tujuan tertentu. Sistem adalah suatu 17 kumpulan atau himpunan dari suatu unsur, komponen, atau variabel yang terorganisasi, saling berinteraksi, saling tergantung satu sama lain dan terpadu. (Ii & Teori, 2010)

A. Analisis Sistem

Analisis sistem adalah suatu teknik atau metode pemecahan masalah dengan cara menguraikan sistem ke dalam komponen-komponen pembentuknya untuk mengetahui bagaimana komponen-komponen tersebut bekerja dan saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan sistem. Analisis sistem inilah yang mendeskripsikan fase-fase awal pengembangan sistem.

B. Konsep Dasar

Sistem Konsep dasar sistem merupakan sekelompok komponen berbasis komputer yang dibuat oleh manusia dalam mengelola data, menyimpan dan menghimpun kerangka kerja serta mengkoordinasikan sumber daya manusia dan komputer untuk mengubah sistem masukan menjadi keluaran untuk mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditetapkan sebelumnya.

C. Karakteristik Sistem

Suatu sistem mempunyai karakteristik yang terdapat pada setiap elemen yang harus dipahami dalam mengidentifikasi pembuatan sistem (Sulani, 2013). Adapun karakteristik sistem sebagai berikut:

- 1) Komponen Sistem terdiri dari sejumlah komponen yang saling berinteraksi dan bekerja sama untuk membentuk satu kesatuan. Komponen sistem dapat berupa subsistem atau bagian-bagian dari sistem.
- 2) Batasan Sistem (*boundary*) Batasan sistem adalah daerah yang membatasi antara suatu sistem dengan sistem lainnya atau dengan lingkungan. Batasan sistem ini memungkinkan sistem dipandang sebagai satu kesatuan dan juga menunjukkan ruang lingkup (*scope*) dari sistem tersebut.
- 3) Lingkungan Luar Sistem (*environment*) Hal-hal yang berada di luar batas dari sistem dan mempengaruhi sistem tersebut dinamakan lingkungan luar sistem. Lingkungan yang memberikan

keuntungan harus dipelihara dan yang memberikan kerugian harus dikendalikan agar kelangsungan sistem tidak terganggu.

- 4) Penghubung Sistem (*interface*) Media penghubung yang mengalirkan sumber daya dari subsistem ke subsistem lainnya dinamakan dengan penghubung sistem.
- 5) Masukan Sistem (*input*) Energi yang dimasukkan ke dalam sistem dinamakan dengan masukan sistem (*input*) yang dapat berupa perawatan dan masukan sinyal. Perawatan dilakukan agar sistem dapat beroperasi dan masukan sinyal merupakan energi yang diproses untuk menghasilkan keluaran (*output*).
- 6) Keluaran Sistem (*output*) Hasil dari energi yang telah diolah dan diklasifikasi menjadi keluaran yang berguna dengan keluaran sistem (*output*). Informasi merupakan contoh keluaran sistem.
- 7) Pengolah Sistem (*process*) Untuk mengolah masukan (*input*) menjadi keluaran (*output*) dibutuhkan suatu pengolah yang disebut dengan pengolah sistem.
- 8) Sasaran Sistem Setiap sistem tentunya memiliki tujuan atau sasaran yang menjadi penentu masukan yang dibutuhkan oleh sistem dan keluaran yang dihasilkan

3. Pengertian Analisis

Secara umum, analisis dapat didefinisikan sebagai memecah seluruh sistem informasi menjadi beberapa bagian untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi masalah, peluang, hambatan yang ada dan kebutuhan yang diantisipasi untuk mengusulkan perbaikan. (Christopher Mongkau dkk., 2023)

4. Marketplace

Marketplace merupakan suatu tempat adanya transaksi antar penjual dan pembeli secara *online* yang dimana memberikan fasilitas mudah kepada konsumen dalam bertransaksi. (Larasati dkk., 2020; Mourtzis dkk., 2020)

Marketplace merupakan suatu wadah yang dimana penjual tidak perlu bersusah payah ketika ingin melakukan ketika ingin melakukan kegiatan berjualan secara *online*. Penjual hanya perlu melakukan pendaftaran dan pembuatan akun di marketplace kemudian memulai berjualan secara online. Setelah penjual berhasil membuat akun di marketplace, penjual hanya perlu meningkatkan pelayanan dan melakukan kegiatan promosi. (Rahmawati, 2021)

5. Kalangan Remaja

Masa remaja merupakan peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Perubahan besar dalam pertumbuhan dan perkembangan fisik, kognitif, dan psikososial terjadi selama masa transisi ini. (Eliyawati, 2020)

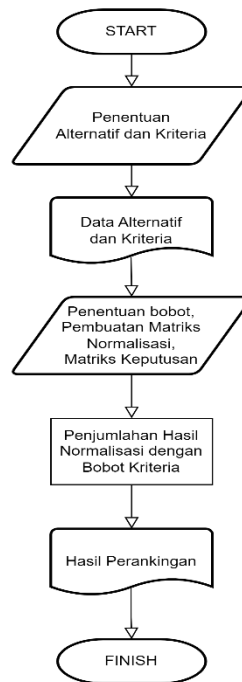
Menurut WHO (badan PBB untuk kesehatan dunia), remaja adalah penduduk dalam batasan usia 12 sampai 24 tahun, menurut Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Selatan remaja pada kota Makassar berjumlah sebanyak 258.516 pada tahun 2022. (Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2022)

METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Multi-Attribute Utility Theory* (MAUT) yaitu dengan perbandingan kuantitatif yang menggabungkan pengukuran atas biaya resiko dan keuntungan yang berbeda. Pada setiap kriteria memuat beberapa alternatif yang akan memberikan solusi. Dalam pencarian alternatif yang terbaik maka dalam pencariannya dilakukan perkalian terhadap skala prioritas yang sudah ditentukan. Sehingga hasil yang terbaik dan paling mendekati dari alternatif-alternatif tersebut yang akan diambil sebagai solusi. Dalam metode MAUT digunakan skala 0 sampai 1, dengan 0 merupakan pilihan terburuk dan 1 merupakan pilihan terbaik.

Berikut tahapan-tahapan dilakukannya penelitian hingga mendapatkan hasil rekomendasi menggunakan metode MAUT yang dapat dilihat pada gambar *flowchart* di bawah ini. (Fikri dkk., 2022)



Gambar 1 Flowchart Metode Multi Attribute-Utility Theory

Berikut langkah-langkah menggunakan metode MAUT:

a. Menentukan Kriteria

Merupakan tahapan awal untuk suatu penilaian marketplace yang akan dinilai oleh penulis. Dalam metode MAUT total bobot dari W_i adalah 1.

$$\sum_i^n = 1 \quad w_i = 1 \quad (1)$$

Maksudnya :

W_i = Bobot mutlak kriteria ke- x

i = Indeks untuk menunjukkan kriteria

n = Jumlah kriteria

b. Membangun Matriks Ternormalisasi

Pada tahapan ini dilakukan normalisasi matriks dari setiap nilai yang diperoleh alternatif dengan persamaan.

$$U(x) = \frac{x - x_i^-}{x_i^+ - x_i^-} \quad (2)$$

Dimana :

$U(x)$ = Nilai utilitas dari setiap kriteria alternatif ke- x

x_i^+ = Nilai tertinggi dari kriteria alternatif ke i

x_i^- = Nilai terendah dari kriteria alternatif ke i

x = Nilai kriteria dari setiap alternative

c. Mencari Nilai Preferensi

Tahapan ini merupakan proses penjumlahan dari hasil perkalian antara hasil normalisasi dengan bobot dari kriteria sehingga didapatkan hasil nilai tertinggi sampai nilai terendah dengan persamaan.

$$V(x) = \sum_{i=1}^n W_i \cdot V_i(x) \quad (3)$$

Dimana :

$V(x)$ = Evaluasi total alternatif ke - x

W_i = Bobot mutlak kriteria ke - i

$V_i(x)$ = Hasil evaluasi atribut (kriteria) ke – i untuk alternatif ke – x
 i = Indeks untuk menunjukkan kriteria
 n = Jumlah nilai

HASIL

Tahap hasil merupakan tahap dimana data yang telah dianalisa akan diterapkan pada sebuah aplikasi yang telah dirancang dan menggunakan data di Microsoft Excel sebagai alat bantu statistik. Dalam hal ini, menampilkan halaman sistem untuk menjelaskan fungsinya.

1. Tampilan Halaman Data Alternatif

Menampilkan isi data Alternatif yang telah diinput berupa Kode Alternatif dan Nama *Marketplace*.

No	Kode Alternatif	Nama Marketplace	Aksi
1	B1	Shopee	[Edit] [Hapus]
2	B2	Lazada	[Edit] [Hapus]
3	B3	Tiktok Shop	[Edit] [Hapus]
4	B4	Blibli	[Edit] [Hapus]
5	B5	Tokepedia	[Edit] [Hapus]

Gambar 2 Halaman Data Alternatif

2. Tampilan Halaman Data Kriteria

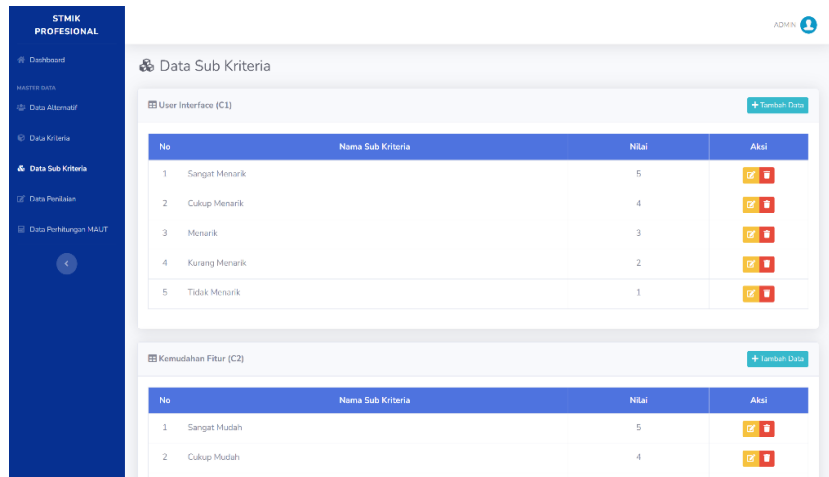
Halaman ini menampilkan isi data Kriteria yang telah diinput berupa Kode Kriteria, Nama Kriteria dan Bobot dari masing-masing kriteria.

No	Kode Kriteria	Nama Kriteria	Bobot	Aksi
1	C1	User Interface	5	[Edit] [Hapus]
2	C2	Kemudahan Fitur	4	[Edit] [Hapus]
3	C3	Kelengkapan Produk	4	[Edit] [Hapus]
4	C4	Kesesuaian Produk	3	[Edit] [Hapus]
5	C5	Metode Pembayaran	5	[Edit] [Hapus]
6	C6	Harga Produk	4	[Edit] [Hapus]
7	C7	Pemenuhan Diskon	4	[Edit] [Hapus]
8	C8	Pemanfaatan Diskon	3	[Edit] [Hapus]
9	C9	Jasa Pengiriman	3	[Edit] [Hapus]
10	C10	Ketepatan Waktu Pengiriman	5	[Edit] [Hapus]

Gambar 3 Halaman Data Kriteria

3. Tampilan Halaman Data Sub Kriteria

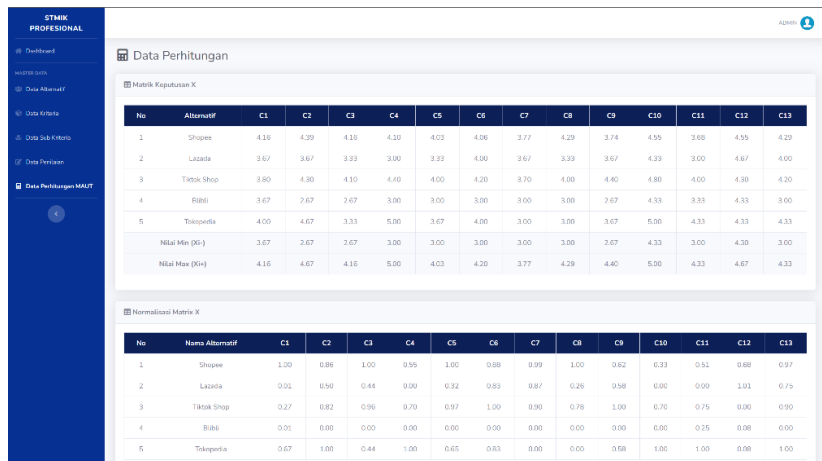
Halaman ini menampilkan isi data Sub Kriteria dari setiap Kriteria dan nilai dari masing-masing Sub Kriteria.



Gambar 4 Halaman Data Sub Kriteria

4. Tampilan Halaman Data Perhitungan MAUT

Pada halaman ini memperlihatkan langkah-langkah perhitungan menggunakan metode MAUT.



Gambar 5 Halaman Data Perhitungan MAUT

PEMBAHASAN

Dalam melakukan analisis menggunakan metode *Multi-Attribute Utility Theory* terdapat beberapa langkah untuk mendapatkan hasil perankingan alternatif tertinggi hingga yang terendah sebagai berikut:

1. Tabel Bobot

Tabel 1 merupakan pemberian atau penentuan bobot pada setiap kriteria

Tabel 1 Bobot Kriteria

Kode	Kriteria	Bobot
C1	User Interface	5
C2	Kemudahan Fitur	4
C3	Kelengkapan Produk	4
C4	Kesesuaian Produk	3
C5	Metode Pembayaran	5
C6	Harga Produk	4
C7	Penawaran Diskon	4
C8	Pemanfaatan Diskon	3
C9	Jasa Pengiriman	3

C10	Ketepatan Waktu Pengiriman	5
C11	Respon Pelayanan	3
C12	Kebijakan Pengembalian Barang	4
C13	Kepuasan Menggunakan Marketplace	4
	Total	51

2. Normalisasi Bobot

Langkah pertama dalam metode ini ialah melakukan normalisasi pada bobot untuk mendapatkan nilai $w=1$ seperti pada. Pada tabel 2 merupakan hasil penormalisasian bobot.

Tabel 2 Normalisasi Bobot

Factor	Weight
C1	0,10
C2	0,08
C3	0,08
C4	0,06
C5	0,10
C6	0,08
C7	0,08
C8	0,06
C9	0,06
C10	0,10
C11	0,06
C12	0,08
C13	0,08
$\sum W$	1,00

3. Data Hasil Kuesioner

Data kuesioner didapatkan dari penilaian responden pada setiap kriteria yang selalu menggunakan aplikasi marketplace. Pada tabel 3 merupakan hasil penilaian responden melalui kuesioner.

Tabel 3 Data Hasil Kuesioner

Alternatif	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13
B1	4,16	4,39	4,16	4,10	4,03	4,06	3,77	4,29	3,74	4,55	3,68	4,55	4,29
B2	3,67	3,67	3,33	3,00	3,33	4,00	3,67	3,33	3,67	4,33	3,00	4,67	4,00
B3	3,80	4,30	4,10	4,40	4,00	4,20	3,70	4,00	4,40	4,80	4,00	4,30	4,20
B4	3,67	2,67	2,67	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,67	4,33	3,33	4,33	3,00
B5	4,00	4,67	3,33	5,00	3,67	4,00	3,00	3,00	3,67	5,00	4,33	4,33	4,33

4. Menentukan Nilai Terkecil dan Terbesar

Penentuan nilai terkecil dan terbesar dari setiap kriteria data alternatif bertujuan untuk membantu mendapatkan hasil normalisasi.

Tabel 4 Nilai Terkecil dan Terbesar

Xi^-	3,67	2,67	2,67	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	2,67	4,33	3,00	4,30	3,00
Xi^+	4,16	4,67	4,16	5,00	4,03	4,20	3,77	4,29	4,40	5,00	4,33	4,67	4,33

5. Hasil Normalisasi Matriks

Hasil dari normalisasi matriks dilakukan dengan perhitungan antara data alternatif kuesioner dengan penentuan nilai terkecil dan terbesar.

Berikut hasil dari nilai matriks ternormalisasi

B1	1,00	0,86	1,00	0,55	1,00	0,89	1,00	1,00	0,62	0,32	0,51	0,68	1,00
B2	0	0,50	0,45	0	0,32	0,83	0,86	0,26	0,68	0	0	1,00	0,75
B3	0,27	0,82	0,96	0,70	1,00	1,00	1,00	0,78	1,00	0,70	0,75	0,00	0,90
B4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,25	0	0
B5	0,67	1,00	0,45	1,00	0,65	0,83	0	0	0,58	1,00	1,00	0	1,00

6. Perhitungan Nilai Preferensi

Perhitungan dari nilai preferensi didapatkan dari hasil perhitungan data alternatif kuesioner dengan normalisasi matriks. Dapat dilihat pada tabel 5

Tabel 5 Nilai Preferensi dan Hasil

Alternatif	Nilai Preferensi	Ranking
B1	0,81	1
B2	0,43	4
B3	0,74	2
B4	0,02	5
B5	0,64	3

Berikut perhitungan dari nilai preferensi:

a) B1 =

$$(0,10*1)+(0,08*0,86)+(0,08*1)+(0,06*0,55)+(0,10*1,00)+(0,08*0,89)+(0,08*1,00)+(0,06*1)+(0,06*0,62)+(0,10*0,32)+(0,06*0,51)+(0,08*0,58)+(0,08*1) = 0,81$$

b) B2 =

$$(0,10*0)+(0,08*0,50)+(0,08*0,48)+(0,06*0)+(0,10*0,33)+(0,08*0,80)+(0,08*0,89)+(0,06*0,27)+(0,06*0,55)+(0,10*0)+(0,06*0)+(0,08*1)+(0,08*0,71) = 0,43$$

c) B3 =

$$(0,10*0,27)+(0,08*0,82)+(0,08*0,96)+(0,06*0,70)+(0,10*1)+(0,08*1)+(0,08*1)+(0,06*0,78)+(0,06*1)+(0,10*0,70)+(0,06*0,75)+(0,08*0,00)+(0,08*0,90) = 0,74$$

d) B4 =

$$(0,10*0)+(0,08*0)+(0,08*0)+(0,06*0)+(0,10*0)+(0,08*0)+(0,08*0)+(0,06*0)+(0,06*0)+(0,10*0)+(0,06*0,25)+(0,08*0)+(0,08*0) = 0,02$$

e) B5 =

$$(0,10*0,59)+(0,08*1)+(0,08*0,48)+(0,06*1)+(0,10*0,67)+(0,08*0,80)+(0,08*0)+(0,06*0)+(0,06*0,55)+(0,10*1)+(0,06*1)+(0,08*0)+(0,08*0,94) = 0,64$$

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis pemilihan *Marketplace* terbaik di Kota Makassar yang dibuat dengan menggunakan teori *Multi Attribute Utility Theory*. Dengan menerapkan metode MAUT dalam analisis pemilihan *MARKETPLACE* dapat dengan mudah memproses dan mengklasifikasikan alternatif. Berdasarkan perhitungan hasil yang diperoleh dengan metode MAUT, peringkat pertama adalah Shopee dengan nilai 0,81, disusul peringkat kedua atau tiktokshop dengan nilai 0,74, kemudian peringkat ketiga adalah Tokopedia dengan nilai 0,64, peringkat keempat adalah Lazada dengan nilai 0,43 dan peringkat terakhir adalah blibli dengan nilai 0,02. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi pemilihan *Marketplace* terbaik. Untuk penelitian selanjutnya dapat menambah *marketplace* dan dapat membandingkan menggunakan metode lain.

REFERENSI

Badan Pusat Statistik Kota Makassar, W. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Makassar (Jiwa), 2020-2022*. <https://makassarkota.bps.go.id/indicator/12/73/1/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-makassar.html>

Christopher Mongkau, D., Berelaku, A., Arni Sistem Informasi, S., & Profesional Makassar, S. (2023). Analisis Performa Website Menggunakan GTMetrix. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2). <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12518>

Eliyawati, Y. (2020). *Analisis Masalah Remaja Di Sekolah Menengah Atas Negeri 10 Pontianak*.

- Fikri, M. I., Haerani, E., Afrianty, I., & Ramadhani, S. (2022). Sistem Pendukung Keputusan Penilaian Kinerja Guru Menggunakan Metode Multi Attribute Utility Theory (MAUT). *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, 9(5), 1271. <https://doi.org/10.30865/jurikom.v9i5.4791>
- Haviluddin. (2011). *Memahami Penggunaan UML (Unified Modelling Language)*. 06(1), 1–15.
- Ii, B. A. B., & Teori, L. (2010). *Monitoring, sistem informasi, sistem, informasi dan web*. 8–22.
- Larasati, A. A., Utami, A. S. F., & Prasetyo, F. (2020). Sistem Pendukung Keputusan Dalam Pemilihan Belanja Online Marketplace Menggunakan Analytic Network Process (ANP). *Informatics For Educators And Professional : Journal of Informatics*, 4(2), 133. <https://doi.org/10.51211/itbi.v4i2.1310>
- M Teguh Prihandoyo. (2018). *Unified Modeling Language (UML) Model Untuk Pengembangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web*. 03(1).
- Mourtzis, D., Angelopoulos, J., & Panopoulos, N. (2020). A Survey of Digital B2B Platforms and Marketplaces for Purchasing Industrial Product Service Systems: A Conceptual Framework. *Procedia CIRP*, 97(March), 331–336. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2020.05.246>
- Murya Arief Basuki, S. K. (2010). *Analisa Website Universitas Muria Kudus*.
- Okafia, H., Wijaya, L., & Oktafia, H. (2012). *JUSIM (Jurnal Sistem Informasi Musirawas) Implementasi Metode Pieces Pada Analisis Website Kantor Penanaman Modal Kota Lubuklinggau* (Nomor 01). <http://www.kpm.lubuklinggaukota.go.id>.
- Rahmawati, K. (2021). Pelatihan Penjualan Online Menggunakan Marketplace Pada Ukm Di Bantul. *Dharma LPPM*, 2(1), 79–85. <https://doi.org/10.31315/dlppm.v2i1.4794>
- Sari, R., & Marlina. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Marketplace dengan Metode Simple Additive Weighting (SAW). *Jurnal Sains dan Manajemen*, 11(1), 59. <https://doi.org/10.33477/mp.v6i2.669>
- Sulani, S. (2013). Pengaruh Karakteristik Sistem Akuntansi Manajemen Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Kasus Bpr Di Kabupaten Demak). Dalam *Jurnal Akuntansi Indonesia* (Vol. 3, Nomor 2).
- Wafda Syamila, Z., & Dian Natashia, N. (2021). Analisis Pemilihan Marketplace Terbaik pada Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Metode Simple Additive Weighting (SAW), Technique for Others Reference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) dan Weighted product (WP). *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 5(2), 2021. <https://doi.org/10.35870/jti>