

## ***ABSTRACT***

Generally, people are constrained in using e-commerce as their shopping alternative, because it is so hard to get information regarding the products and seller. The information are not only about the price and specification of certain product, personal contact of the ad owner and other information as we can see in some online shopping websites especially in C2C e-commerce sector such as tokobagus.com, bukalapak.com, etc. Yet we can't find more detail information than those, such as more accurate and actual address of the ad owner, and also information regarding the product which can improve trust in buying and selling. Furthermore, new problem appears as we can't see and try the product before purchase, which can cause a trust issue to the quality of the demanded product.

This research implements an e-commerce system which can confront closest person to do the transaction by considering location context, time and information regarding the advertisement based on user's interest as implementation of the application model of contextual awareness concept. The system offers some features such as ads recommendation based on the closest and actual address, showing information based on time and giving information service on accessible track to ease the meeting, in order to confront the closest one than people who is unreachable or in different area.

Therefore, the assumption where it is difficult to increase a sense of trust in conducting online shopping transaction because we can't see and try goods before purchase, as well as the lack of accurate information related to the product and the seller, has met bright point. An e-commerce app called "Bamelon" which is developed through this research, has been tested and considered to be capable of handling those problems, especially in giving an accurate information of product and seller as well as confronting closest person to conduct a safe and comfortable transaction.

**Keyword :** e-commerce C2C, Contextual Awareness, online.

## INTISARI

Pada umumnya, orang-orang yang terkendala menggunakan *e-commerce* sebagai alternatif berbelanja mereka yakni, karena sulit untuk mendapatkan informasi terkait produk dan penjual. Informasi yang dimaksud tersebut bukan saja terkait harga dan spesifikasi produk tertentu, kontak personal dari pemilik iklan dan sebagainya seperti yang telah banyak dijumpai di beberapa situs belanja *online* khususnya pada sektor *e-commerce* C2C seperti tokobagus.com, bukalapak dan sejenisnya. Namun informasi yang lebih dari sekedar informasi tersebut, seperti alamat dari pemilik iklan yang lebih pasti dan terkini serta informasi-informasi lain terkait produk yang mampu meningkatkan rasa percaya pengguna untuk dapat melakukan transaksi jual-beli yang dimaksud. Selain itu, muncul masalah baru seperti barang tidak dapat dilihat dan dicoba sebelum dibeli sehingga akan menimbulkan rasa tidak percaya pada kualitas suatu produk yang diminati tersebut sebelum dibeli.

Penelitian ini mengembangkan sebuah sistem *e-commerce* yang dapat mempertemukan orang-orang terdekat untuk melakukan transaksi dengan mempertimbangkan konteks lokasi, waktu dan informasi terkait iklan sesuai ketertarikan penggunaannya masing-masing sebagai implementasi dari penerapan model konsep *contextual awareness*. Sistem yang dikembangkan, menawarkan sejumlah fitur seperti rekomendasi iklan sesuai lokasi terdekat dan terkini, menampilkan informasi terkait waktu bertemu untuk mempermudah dalam bertemu dan memberikan layanan informasi terkait jalur yang mudah diakses untuk dapat saling bertemu, tujuannya mempertemukan orang-orang terdekat dibandingkan dengan yang berada pada posisi tidak terjangkau atau berbeda wilayah keberadaan.

Dengan demikian, anggapan bahwa sulitnya untuk meningkatkan rasa percaya dalam melakukan kegiatan transaksi berbelanja *online* karena tidak dapat melihat dan mencoba barang sebelum dibeli serta kurangnya informasi yang akurat terkait produk dan penjual, telah menemui titik terangnya. Aplikasi *e-commerce* “Bamelon” yang dikembangkan melalui penelitian ini, telah diuji dan dianggap telah mampu menangani masalah tersebut khususnya pada proses pemberian informasi

yang akurat terkait produk dan penjual serta mempertemukan orang-orang terdekat untuk menciptakan kegiatan transaksi yang aman dan nyaman.

**Kata kunci** -- *e-commerce C2C, Contextual Awareness, online.*