

Penerapan Metadata pada E Commerce

Maulia Pratidina¹, Muhammad Irwan Padli Nasution²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,
Email: mauliapratidina@gmail.com

Abstract: *Metadata is structured data that serves to define, locate, utilize, and organize information with the aim of facilitating data management. Acting as data about other data, Metadata takes an important role in various domains, especially in e-commerce. The method used in this paper is literature review. In e commerce, metadata describes aspects of product content in the form of product information, images, product availability and prices, product categories, variants and options, customer reviews of products, and shipping and logistics.*

Keywords: *Metadata; e commerce*

Abstrak: Metadata merupakan data terstruktur yang berfungsi untuk mendefinisikan, menemukan, memanfaatkan, dan mengatur informasi dengan tujuan memfasilitasi manajemen data. Bertindak sebagai data tentang data lain, Metadata mengambil peran penting di berbagai domain, terutama dalam e-commerce. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah literature review. Dalam e commerce, metadata menjelaskan aspek konten produk berupa informasi suatu produk, gambar, ketersediaan dan harga produk, kategori produk, varian dan pilihan, ulasan pelanggan terhadap produk, serta pengiriman dan logistik.

Kata kunci: Metadata; E commerce

PENDAHULUAN

E-commerce adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan proses penjualan produk melalui internet. Ranah e-commerce menyediakan platform virtual di mana pelanggan dapat menelusuri produk, memesan, memilih opsi pengiriman, dan melakukan pembayaran melalui mobile banking, ATM, atau kartu kredit.

Metadata merupakan data terstruktur yang berfungsi untuk mendefinisikan, menemukan, memanfaatkan, dan mengatur informasi dengan tujuan memfasilitasi manajemen data. Bertindak sebagai data tentang data lain, Metadata mengambil peran penting di berbagai domain, terutama dalam e-commerce.

Dalam bidang e-commerce, Metadata memainkan peran penting dalam deskripsi produk, fasilitasi transaksi, peningkatan pengalaman pengguna, dan penyimpanan informasi terkait mengenai kualitas sumber daya, meliputi deskripsi konten, penempatan data, dokumentasi transaksi, dan penyediaan kontekstual. Setelah mendaftar di aplikasi e-commerce, pengguna diharuskan untuk memberikan Metadata seperti jenis kelamin, lokasi, dan detail usia,

memungkinkan rekomendasi yang dipersonalisasi dan perjalanan belanja yang ditingkatkan. Dengan menyematkan Metadata di situs web, promosi pemasaran dapat ditemukan oleh non-penerima, sehingga memperluas jangkauan promosi dalam lingkungan e-commerce.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah literature review dimana penulis menggunakan jurnal, artikel, tesis, dan lainnya untuk memperoleh sumber informasi yang berhubungan dalam penulisannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metadata dapat digunakan untuk mendeskripsikan produk, mengevaluasi kualitas, memfasilitasi perdagangan, dan memberikan detail informasi produk yang dipamerkan dalam e-commerce. Hal ini dapat meningkatkan kemampuan untuk menemukan, mengatur, dan menampilkan toko online. Konsumen akan mendapatkan keuntungan dari lokasi dan pemilihan barang yang lebih mudah. Beberapa elemen konten produk dijelaskan dalam metadata, seperti:

1. Informasi tentang suatu produk
Ini menjelaskan suatu informasi dari sebuah produk seperti nama produk, stok, deskripsi, bahan produk, berat, detail pabrik, dan dimensi.
2. Kategori dan Tanda suatu produk
Produk ditetapkan ke katagori atau tanda tertentu oleh metadata, yang memudahkan navigasi dan pengorganisasian. Sebagai contoh, salad buah termasuk dalam kategori makanan. Beri tanda atau label pada buah, dessert, atau makanan segar.
3. Gambar dan Multimedia
Metadata dapat mencakup informasi tentang gambar dan file multimedia yang berhubungan dengan produk. Seperti dimensi gambar, teks alternatif untuk kemudahan aksesibilitas, format file, dan keterangan.
4. Ketersediaan dan Harga Produk
Metadata menunjukkan harga produk, diskon atau promosi, dan status ketersediaan (tersedia, habis, atau sedikit stok).
5. Pilihan dan varian produk
Banyak produk memiliki berbagai pilihan ukuran dan warna, dan metadata dapat membantu membedakan varian ini dan memantau stok yang tersedia untuk setiap varian.
6. Penilaian dan Ulasan
Ulasan, penilaian, dan umpan balik pelanggan terkait suatu produk dapat disimpan oleh metadata, memberikan bukti sosial dan dapat memengaruhi keputusan pembelian.

7. Pengiriman dan Logistik

Informasi tentang opsi pengiriman, waktu pengiriman, biaya terkait semua itu adalah bagian dari metadata, memastikan pelanggan memiliki ekspektasi yang akurat.

Dengan menerapkan manajemen metadata melalui organisasi strategis, pemeliharaan, dan optimalisasi metadata, maka e commerce akan mendapatkan hasil berupa menemukan data di berbagai sumber dan lokasi, memahami hubungan data, ketergantungan, dan transformasi, serta manfaat data untuk mendapatkan wawasan, menciptakan nilai, dan mendorong pertumbuhan.

KESIMPULAN

Dalam e commerce, metadata menjelaskan aspek konten produk berupa informasi suatu produk, gambar, ketersediaan dan harga produk, kategori produk, varian dan pilihan, ulasan pelanggan terhadap produk, serta pengiriman dan logistik. Dengan menerapkan manajemen metadata melalui organisasi strategis, pemeliharaan, dan optimalisasi metadata, maka e commerce akan mendapatkan hasil berupa menemukan data di berbagai sumber dan lokasi, memahami hubungan data, ketergantungan, dan transformasi, serta manfaat data untuk mendapatkan wawasan, menciptakan nilai, dan mendorong pertumbuhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Byrd, E. (2023, Agustus 16). *Manajemen Metadata: Yang Perlu Anda Ketahui*. Diambil kembali dari Catsy: <https://catsy.com/blog/metadata-management/>
- Jane Greenberg, M. W. (2023). Metadata as Data Intelligence. *Data Intelligence*, 1-5.
- Rehatalanit, Y. (2021). PERAN E COMMERCE DALAM PENGEMBANGAN BISNIS. *Jurnal Teknologi Industri*, 62-69.
- Sebastian Lawrenz, P. S. (2020). Peran Penting Metadata untuk Pasar Data. 95-101.
- Wijaya, J. (2017). Kajian Kelengkapan Metadata Halaman Katalog Produk Pada Pasar Online di Indonesia.