

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era modern ini berkembang semakin pesat yang menimbulkan efek meningkatnya kebutuhan terhadap penggunaan teknologi informasi pada seluruh bidang, tak terkecuali di bidang bisnis penjualan dan pembelian produk. Penggunaan *internet* juga dapat diterapkan untuk perusahaan khususnya bisnis perdagangan dengan adanya internet ini maka jual beli barang yang biasanya dilakukan dengan cara bertatap muka dan dapat dilakukan dengan cara lewat internet. Sehingga cara ini setiap orang akan hemat waktu dan tenaga dalam mencari barang yang dibutuhkan. Hal ini juga dapat berlaku dalam bidang usaha yang bergerak pada bidang penjualan pakaian. Perusahaan mengembangkan promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan program pemasaran. Apapun kualitas suatu produk jika konsumen belum pernah mendengarkannya dan tidak yakin bahwa produk itu akan berguna bagi mereka seperti halnya ketika promosi jika konsumen tidak mengetahui atau mengenalnya maka mereka tidak akan membelinya.

Toko Gracio Hasibuan merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang penjualan pakaian, sepatu, tas, dan ulos. Toko Gracio Hasibuan terletak di jalan Alteri Kota Tanjungbalai. Toko Gracio Hasibuan menghadirkan *varian* produk seperti sepatu, tas, dan ulos yang terorientasi untuk memenuhi kebutuhan kalangan adat batak toba dan sesuai apa yang inginkannya. Produk adat batak toba termasuk produk yang bisa digunakan dalam jangka panjang karena produk ini di

gunakan dengan pakaian normal kurang lebih satu tahun. Sebelum melakukan pembelian, seseorang biasanya akan melakukan keputusan pembelian dalam suatu produk.

Permasalahan di Toko Gracio Hasibuan ini ialah kegiatan promosi dan penjualan produk adat batak toba di Toko Gracio Hasibuan selama ini masih konvensional (masih menduga-duga atau memperkirakan dengan cara manual) sementara pihak kompetitornya sudah banyak yang menggunakan sistem berbasis *web* untuk kegiatan promosi dan penjualan. Adapun data produk adat batak pada Toko Gracio Hasibuan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Data Produk Adat Batak Toba

No	Alternatif/Produk	Kriteria		
		Persediaan	Penjualan	Retur
1	Ulos Ragi Hotang	25	19	3
2	Ulos Sibolang	30	26	4
3	Ulos Mangiring	30	14	2
4	Ulos Ragi Huting	25	22	3
5	Ulos Bintang Maratur	38	23	3
6	Ulos Ragi Hidup	30	15	1
7	Ulos Antak-Antak	25	20	2
8	Baju Bakal Kebaya	25	12	3
9	Sortali	38	32	2
10	Tandok	30	13	1
11	Mandarhela	12	8	2
12	Tas Pengantin Bonia	12	7	2
13	Tas Pengantin Fosil	25	21	4
14	Sepatu Pengantin Boru	25	21	5
15	Sepatu Pengantin Fledeo	12	11	3
16	Sepatu Pengantin Xes	12	7	2
17	Dasi Pengantin	25	13	3
18	Bulang-Bulang	20	11	5
19	Haen	12	9	1
20	Ampe-Ampe	12	11	1

Sumber : Toko Gracio Hasibuan (2023)

Promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran dimana aktivitas pemasaran diusahakan mampu menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk, meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Promosi bisa di sebut ramuan khusus dari iklan pribadi atau promosi penjualan dan hubungan masyarakat yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya. Promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujuk pembeli. Salah satu strategi yang biasa dilakukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan potongan harga untuk produk-produk tertentu yang berdasarkan perhitungan dengan rangking tertinggi. Tentunya dalam menjalankan strategi tersebut harus tepat sasaran dan sesuai kebutuhan Toko Gracio Hasibuan yang sekaligus tetap memperhatikan konsumennya. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dan penjelasan tersebut, maka direkomendasikan sebuah Sistem Pendukung Keputusan yang mampu membantu pihak Toko Gracio Hasibuan untuk memilih produk mana yang hendak diberikan promosi untuk meningkatkan penjualan. Selain itu diharapkan bahwa sistem tersebut mampu berjalan dan berfungsi secara efektif dan tepat guna untuk membantu Toko Gracio Hasibuan dalam mengelola produk.

Adapun dalam penelitian ini akan menggunakan model pengambilan keputusan yang dapat melibatkan berbagai kriteria (persediaan, penjualan dan retur) beserta keterkaitan yang ada di dalamnya, dengan demikian proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan jelas dan lebih sistematis. Metode sistem pendukung keputusan yang digunakan *metode Multifactor Evaluation*

Process (MFEP) yang merupakan model pengambilan keputusan yang menggunakan pendekatan kolektif dari proses pengambilan keputusannya. Dengan adanya sistem pendukung keputusan menggunakan metode *Multifactor Evaluation Process (MFEP)* dapat membantu pihak Toko Gracio Hasibuan dalam menentukan promosi produk adat batak toba. Metode *Multi Factor Evaluation Process (MFEP)* merupakan salah satu metode Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dengan menimbang berbagai kriteria yang mempengaruhi alternatif. Cara kerja *Multi Factor Evaluation Process (MFEP)* ialah tahap pertama menentukan data alternatif dan data kriterianya. Dimana data alternatif berupa nama produk atau data kriterianya berupa data nominal persediaan produk, penjualan produk, dan retur (pengembalian produk). Tahap kedua menentukan nilai faktor bobot awal dimana nilai faktor bobot awal ini berupa nilai bobot persediaan, nilai bobot penjualan, dan nilai bobot retur. Kemudian tahap ketiga melakukan perhitungan nilai bobot evaluasi yang di tunjukkan pada data alternatif dan kriteria dikali dengan faktor nilai bobot yang sudah ditentukan. Setelah itu tahap keempat dilakukan penjumlahan dari perhitungan nilai bobot evaluasi. Kemudian pada tahap terakhir atau tahap kelima dilakukan penjumlahan total nilai bobot evaluasi dimana total tersebut akan mendapatkan perangkingan berdasarkan bobot ranking yang tertinggi maka pakaian adat batak toba yang diberikan promosi oleh pihak Toko Gracio Hasibuan.

Metode *Multifactor Evaluation Process (MFEP)* merupakan pendekatan *kuantitatif* yang menggunakan sistem pembobotan dalam pengambilan keputusan dengan mempertimbangkan berbagai faktor. Dalam proses ini, pengambil keputusan menilai dan menimbang faktor-faktor yang penting secara *subyektif* dan

intuitif untuk *alternatif* pilihan mereka. Untuk keputusan yang memiliki dampak strategis, disarankan untuk menggunakan pendekatan *kuantitatif* seperti *MFEP* [1].

Multi Factor Evaluation Process (MFEP) adalah metode *kuantitatif* yang menggunakan ‘*weighting system*’. Dalam pengambilan keputusan multi faktor, pengambil keputusan secara *subyektif* dan *intuitif* menimbang berbagai faktor yang mempunyai pengaruh penting terhadap *alternatif* pilihan mereka [2].

Sistem Pendukung Keputusan merupakan sistem informasi yang interaktif yang dapat memudahkan untuk pengambilan keputusan dalam situasi terstruktur dan situasi yang tidak terstruktur. Sistem pendukung keputusan dapat memudahkan dalam melakukan pengambilan keputusan. Sistem pendukung keputusan yang pada saat ini berkembang ada bermacam-macam, yaitu salah satunya dengan menggunakan metode *MFEP* [3].

Berdasarkan dari latar belakang permasalahan yang telah dijelaskan oleh peneliti maka peneliti tertarik untuk mengambil sebuah penelitian skripsi dengan judul "**Implementasi SPK Dalam Penentuan Promosi Produk Adat Batak Toba Menggunakan Metode *MFEP* Pada Toko Gracio Hasibuan**". *MFEP* akan mendefinisikan terlebih dahulu kriteria-kriteria yang menyebabkan masalah dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan. Adapun kriteria yang digunakan adalah penjualan, persediaan, dan retur. Kriteria tersebut dicari bobotnya, untuk mengetahui urutan kriteria dari nilai tertinggi sampai terendah. *Alternatif* yang digunakan adalah produk yang dihasilkan Toko Gracio Hasibuan. Dari data kriteria dan *alternatif* tersebut ditentukan data awal beberapa variabel yang menjadi parameter *input* harus dipenuhi sebelum melakukan perhitungan.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sering terjadinya masalah dalam proses pemilihan produk yang akan diajukan promosi.
2. Penjualan produk dengan melakukan promosi produk adat batak toba namun hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan dikarenakan tidak tepat sasaran.
3. Penentuan promosi produk pada Toko Gracio Hasibuan yang dilakukan memakan waktu yang lama dalam proses penilaian.

1.3 Pembatasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Hanya membahas tentang produk yang akan dijual dengan harga promosi.
2. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan promosi produk ialah persediaan produk, penjualan produk, dan pengembalian produk (*retur*).
3. Metode yang digunakan *Multi Factor Evaluation Process* (MFEP).
4. Bahasa pemrograman *PHP* dan *database* yang digunakan *MySQL*.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana sistem keputusan dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan?
2. Bagaimana merancang sistem pendukung keputusan dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan?

3. Apakah dengan menerapkan metode *Multi Factor Evaluation Process* (MFEP) akan mempercepat proses pengambilan keputusan dalam dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sistem keputusan dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan.
2. Merancang sistem pendukung keputusan dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *database MySQL*.
3. Menerapkan metode *Multi Factor Evaluation Process* (MFEP) akan mempercepat proses pengambilan keputusan dalam dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Penulis
 - a. Mengimplementasikan kemampuan penulis dalam merancang sistem pendukung keputusan menggunakan metode *Multi Factor Evaluation Process* (MFEP).
 - b. Mengimplementasikan kemampuan penulis dalam menggunakan bahasa pemrograman berbasis *web*.

2. Bagi Toko Gracio Hasibuan
 - a. Bahan acuan dalam upaya pengambilan keputusan dalam penentuan promosi produk di Toko Gracio Hasibuan agar lebih efektif dan efisien
 - b. Melakukan pengembangan sistem yang menggunakan komputerisasi.

3. Bagi Universitas Royal
 - a. Bahan penelitian selanjutnya dalam merancang sistem sistem pendukung keputusan menggunakan metode *Multi Factor Evaluation Process* (MFEP).
 - b. Bahan penelitian selanjutnya dalam menggunakan bahasa pemrograman *PHP* dan *database MySQL*.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini, berisikan sub-sub seperti latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini menjelaskan tentang teori, dapat berupa definisi-definisi atau model yang berkaitan dengan tema atau masalah yang diteliti, dituliskan juga *tools/software* yang digunakan dalam pembuatan aplikasi. Pada bab ini juga digunakan penelitian yang sudah dipublikasikan untuk dijadikan referensi.

BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan berbagai metode yang digunakan antara lain: analisis data dan masalah, jenis dan metode pengumpulan data, rancangan/desain penelitian, implementasi, dan penyimpulan hasil penelitian dan lainnya yang berhubungan dengan penelitian.

BAB IV: ANALISIS DAN PERANCANGAN

Pada bab ini analisis dari masalah yang terkait dengan skripsi dan rancangan dari perangkat keras, diagram blok sistem, modul sistem, cara kerja serta rancang bangunnya berupa *schematic*.

BAB V: IMPLEMENTASI DAN HASIL

Pada bab ini terdiri atas spesifikasi sistem, rencana implementasi serta hasil yang diharapkan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini terdiri atas kesimpulan yang mengemukakan secara singkat hasil penting yang diperoleh dan menginterpretasikan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian, serta terdapat dan saran yang merupakan sumbangan pemikiran berupa rekomendasi yang diambil dari hasil analisis dan pembahasan serta hasil kesimpulan.