

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Rekomendasi adalah sebuah saran yang menganjurkan untuk dilakukan. Penggunaan rekomendasi yang paling sering ditemukan yaitu pada aplikasi jual beli online (e-commerce). Rekomendasi berfungsi untuk membantu pengguna memilih sesuatu yang paling mirip dengan apa yang sedang di cari. Ada beberapa cara rekomendasi yang diberikan antara lain jumlah rating, jumlah kesamaan nama, jumlah view dan lain sebagainya. Sistem rekomendasi dibagi menjadi dua yaitu content based approach dan collaborative filter (Subroto et al., 2022).

Promosi merupakan salah satu variabel dari bauran pemasaran yang sangat penting, yang dilaksanakan oleh perusahaan, dalam memasarkan produk atau jasanya. Tanpa promosi keberadaan produk kurang mendapat perhatian dari konsumen atau bahkan konsumen tidak tahu sama sekali mengenai produk tersebut (Eduar & Nidyawati, 2021). promosi merupakan penting dalam memasarkan suatu produk sehingga konsumen akan tertarik dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut, sehingga suatu promosi perlu dirancang semenarik mungkin dan informasi yang disampaikan dapat dimengerti dengan mudah oleh masyarakat (Hadya Rizka, Sutardjo Agus, 2021).

Metode Simple Additive Weighting (SAW) merupakan metode penjumlahan yang terbobot. Konsep dasar dari metode SAW adalah mencari penjumlahan yang terbobot dari rating kinerja pada setiap alternatif di semua atribut. Metode SAW

membutuhkan proses normalisasi matriks keputusan (X) ke suatu skala yang dapat dibandingkan dengan semua rating alternatif yang disediakan (Ramadhan & Nizam, 2021). Metode Simple Additive Weighting (SAW) sering juga dikenal istilah metode penjumlahan terbobot merupakan metode yang memiliki konsep dasar yaitu nilai ternormalisasi kriteria untuk alternatif harus dikalikan dengan bobot kriteria (Joko Kuswanto, 2023).

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Fatimah, Nuriah Aini, Ainun Fadilah Nasution, Sulaiman Ahmad Manurung pada tahun 2022. Dengan judul Sistem Pendukung Keputusan Rekomendasi Pemilihan Alat-Alat Rumah Tangga Menggunakan Metode Moora. Pada penelitian ini dijelaskan bahwa, Persaingan usaha pada saat ini sudah tidak lagi hanya berfokus pada bagaimana memperoleh keuntungan yang besar namun juga berfokus pada aspek lainnya seperti kebutuhan dan keinginan para konsumen. Para pengusaha harus cermat dalam menentukan target pasar dan menentukan tingkat kualitas produk atau jasa yang akan ditawarkan. Maka dari itu Dengan adanya sistem pendukung keputusan dapat membantu para pengambil keputusan menentukan keputusan terbaik dalam mengatasi masalah. Adapun Hasil dari penerapan metode MOORA untuk menentukan alat rumah tangga dengan kualitas dan harga terekomendasi dibuat berbasis web dengan berdasarkan kriteria yaitu: Harga, Kualitas, Kepuasan pemakaian barang, Jumlah barang laku dan Kategori Barang yang menjadi pertimbangan untuk menentukan alat rumah tangga terbaik. Hasil dari beberapa alternatif akan ditampilkan dan dihitung dengan berbagai kriteria yang akan menghasilkan perangkingan dari masing-masing alternatif. Berdasarkan hasil dari perangkingan yang sudah ada dalam sistem, maka alternatif yang menjadi ranking

1 dapat dilihat hasil ranking tertinggi sampai dengan terendah dari alternatif yang telah dihitung menggunakan metode MOORA (Fatimah et al., 2022).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Rayda Bazhrullah dkk, pada tahun 2022 yang berjudul Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Promosi Produk Menggunakan Metode Multi-Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis (MOORA), pada penelitian ini menjelaskan, Dalam suatu bisnis, diperlukan upaya memaksimalkan keuntungan diantaranya dengan melakukan promosi. Masa Coffee pada saat ini masih belum menggunakan data penjualan yang terdokumentasi untuk mengamati selera konsumen sebagai dasar melakukan promosi produk. Dengan demikian perlu adanya sebuah sistem yang dapat membantu menentukan rekomendasi promosi. Sistem pendukung keputusan tentunya akan lebih mempermudah dalam pengambilan keputusan dalam mengevaluasi rekomendasi promosi produk. Metode Multi-Objective Optimization on The Basis of Ratio Analysis (MOORA) ini dapat dimanfaatkan dalam proses penentuan rekomendasi promosi produk. Metode ini memiliki hasil yang berupa perankingan dimana rekomendasi promosi produk diambil dari ranking terendah dalam membantu pengambilan keputusan agar memudahkan pihak Kedai Masa Coffee dalam menentukan rekomendasi produk. Metode pengembangan sistem yang digunakan adalah metode SPK dan alat bantu analisis yang digunakan adalah flowchart, CD, DFD, dan ERD dengan metode pengujian blackbox. Dari hasil perhitungan pada sistem ini, didapat bahwa terdapat produk yang dipilih untuk dijadikan produk promosi yaitu produk Americano dengan nilai 0,045156 (Bazhrullah et al., 2022).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Yesni Malau pada tahun 2020 yang berjudul Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Kategori Promosi Produk Menggunakan Metode Profile Matching, pada penelitian ini dijelaskan, Perusahaan distributor secara berkala akan melakukan kegiatan promosi produk di beberapa outlet yang bekerjasama dengan mereka, kendala yang sering ditemui adalah pemberian promosi masih belum tepat sasaran sehingga belum bisa menarik minat pembeli, hal ini akan menjadikan tujuan utama perusahaan dalam mengadakan promosi guna meningkatkan volume dan omset penjualan masih belum sepenuhnya tercapai. Penelitian ini bertujuan memberikan solusi kepada perusahaan dalam mengambil keputusan pemilihan kategori promosi produk dengan menggunakan metode profile matching karena metode ini telah banyak digunakan dalam berbagai bidang untuk sistem pendukung keputusan. Pengambilan keputusan kategori promosi produk dilakukan dengan melihat tiga aspek yaitu budget, penjualan dan waktu promosi dengan pemberian bobot terhadap aspek yang telah ditentukan, perhitungan nilai core factor (NCF) dan nilai secondary factor (NSF), perhitungan nilai total akan menghasilkan rekomendasi kategori promosi produk. Ada empat kategori yang akan menjadi hasil rekomendasi untuk setiap promosi produk yaitu Rafaksi, Mailer, Discount dan Listing. Dengan dilakukannya penelitian ini akan membantu perusahaan distributor dalam menentukan promo untuk setiap produk yang dimiliki (Malau, 2020).

Toko Arena Sport merupakan toko yang menjual berbagai macam perlengkapan olahraga. Toko ini berlokasi di Jalan Imam Bonjol Komplek Atom Shopping Centre Petak/5, Belakang Pd., Kec. Padang Sel., Kota Padang, Sumatera Barat 25211. Setiap kegiatan barang keluar dan masuk dilakukan secara manual melalui nota.

Hal ini terkait dengan penentuan barang mana yang masuk lebih dulu agar tidak menimbulkan penumpukan stok lama yang berpotensi usang atau tidak lagi sesuai dengan tren pasar. Hal ini mengakibatkan terjadinya kerugian akibat penyimpanan barang yang terlalu lama, serta potensi barang menjadi sulit terjual.

Metode Simple Additive Weighting (SAW) dalam sistem pendukung keputusan penyeleksian peserta program pemberdayaan masyarakat dibuat dengan tujuan untuk merancang dan mengimplementasikan perangkat lunak dengan menentukan pendaftar mana yang diterima dan ditolak dengan menerapkan model Multi-Attribute Decision making, Dari permasalahan tersebut penulis ingin mengangkat judul penelitian yaitu

“PENENTUAN REKOMENDASI PRODUK YANG AKAN DIPROMOSIKAN UNTUK MENGOPTIMALKAN MANAJEMEN BISNIS PADA TOKO ARENA SPORT MENGGUNAKAN METODE *SIMPLE ADDITIVE WEIGTHING*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan permasalahan yang akan dibahas pada laporan ini sebagai berikut:

1. Bagaimana menentukan kriteria dan sub-sub kriteria yang relevan dan spesifik untuk digunakan dalam menentukan rekomendasi produk yang akan dipromosikan menggunakan metode SAW?
2. Bagaimana efektifitas metode SAW dalam proses optimalisasi Manajemen Bisnis dengan melakukan penentuan rekomendasi produk yang akan dipromosikan lebih akurat?.

3. Bagaimana dampak terhadap sistem yang diterapkan dapat mempengaruhi proses optimalisasi Manajemen Bisnis dengan melakukan penentuan rekomendasi produk yang akan dipromosikan yang dilakukan secara efisien oleh toko arena sport?.

1.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan penetapan kriteria dan pembobotan yang tepat dapat akan berkontribusi terhadap penentuan rekomendasi produk yang akan di promosikan yang di terapkan.
2. Diharapkan penggunaan metode SAW yang efektif akan menghasilkan proses optimalisasi Manajemen Bisnis dengan melakukan penentuan rekomendasi produk yang akan dipromosikan yang lebih akurat.
3. Diharapkan implementasi sistem yang menggunakan metode SAW dapat membantu Toko Arena Sport mendapatkan rekomendasi produk yang akan di promosikan.

1.4 Batasan Masalah

Untuk menghindari penyimpangan masalah dalam penelitian ini, maka peneliti memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Data-data produk yang akan dipakai berdasarkan data 1 tahun terakhir, banyak data produk berdasarkan jumlah yang diberikan oleh toko Arena Sport.
2. Metode SAW digunakan dalam penelitian ini untuk proses rekomendasi produk yang akan dipromosikan.
3. Sistem yang di bangun berupa website menggunakan bahasa pemrograman PHP dan database MYSQL.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin peneliti capai :

1. Untuk membantu Toko Arena Sport dalam menentukan kriteria dan bobot pada proses penentuan rekomendasi produk yang akan dipromosikan dengan lebih mudah.
2. Untuk membantu toko Arena Sport dalam mengoptimalkan Manajemen Bisnis dengan melakukan penentuan rekomendasi produk yang akan dipromosikan yang lebih akurat serta menganalisis efektifitas metode SAW.
3. Untuk membantu Toko Arena Sport dalam mengimplementasikan sistem yang dihasilkan dalam menentukan rekomendasi produk yang akan dipromosikan kedepannya.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yaitu:

1. Dengan menggunakan metode SAW yang kriteria dan bobot telah ditetapkan dapat melakukan penentuan rekomendasi produk yang akan di promosikan lebih mudah.
2. Dengan menggunakan metode SAW Toko Arena Sport dapat terbantu karena hasil perhitungan yang lebih objektif berdasarkan kriteria dan bobot.
3. Dengan dibuatkan sistem dengan menggunakan metode SAW Toko Arena Sport dapat menentukan produk yang akan direkomendasikan kedepannya.

1.7 Gambaran Umum Objek Penelitian

Toko Arena Sport adalah sebuah toko yang berfokus pada penjualan berbagai produk olahraga, seperti pakaian, perlengkapan, dan aksesoris olahraga. Produk-produk yang dijual meliputi perlengkapan untuk olahraga seperti sepak bola,

basket, tenis, fitness, serta perlengkapan outdoor seperti sepatu hiking, tas ransel, dan alat-alat camping. Toko ini melayani kebutuhan pelanggan dari berbagai kalangan, baik profesional maupun amatir, dengan berbagai pilihan produk yang disesuaikan dengan kualitas dan harga yang beragam.

1.7.1 Sekilas tentang Toko Arena Sport

Arena Sport adalah sebuah toko perlengkapan olahraga yang berlokasi di Pasar Raya Padang, Sumatra Barat, Indonesia. Toko ini telah menjadi destinasi utama bagi pecinta olahraga di daerah tersebut sejak didirikan. Arena Sport menawarkan berbagai macam produk berkualitas tinggi untuk berbagai jenis olahraga, mulai dari sepak bola, voli, bulu tangkis, tenis, hingga fitness.

Di Arena Sport, pelanggan dapat menemukan berbagai pilihan pakaian olahraga seperti jersey, celana, kaos, dan jaket, serta sepatu olahraga yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Toko ini juga menyediakan beragam aksesoris olahraga seperti pelindung, kaus kaki, topi, dan tas, serta berbagai macam perlengkapan kebugaran seperti alat fitness, matras yoga, dan bola kesehatan.

Arena Sport tidak hanya menyediakan produk lengkap dan berkualitas, tetapi juga dikenal dengan pelayanan yang baik, ramah, dan profesional. Tim di toko ini terdiri dari ahli olahraga yang siap memberikan konsultasi kepada pelanggan. Mereka membantu memilih produk yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap pelanggan. Pelayanan yang diberikan bertujuan untuk memastikan kepuasan dan kenyamanan berbelanja. Arena Sport selalu mengutamakan kualitas layanan di setiap interaksi dengan pelanggan.

Tentu saja, Arena Sport juga mengikuti perkembangan teknologi dengan memperkenalkan layanan belanja online melalui website resminya. Hal ini

memungkinkan pelanggan untuk melakukan pembelian dengan lebih nyaman dan mudah, serta memberikan akses yang lebih luas bagi mereka yang berada di luar daerah Pasar Raya Padang namun ingin mendapatkan produk berkualitas dari toko ini.

Dengan komitmen untuk menyediakan produk berkualitas, pelayanan terbaik, dan kemudahan berbelanja, Arena Sport terus menjadi pilihan utama bagi para pecinta olahraga di Pasar Raya Padang dan sekitarnya.

1.7.2 Visi & Misi Toko Arena Sport

Toko Arena Sport memiliki Visi Misi sebagai berikut:

1. Visi

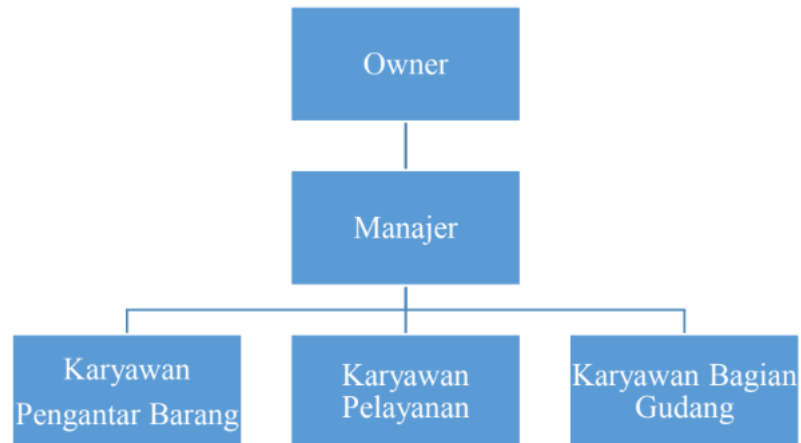
Menjadi toko perlengkapan olahraga terpercaya dan terlengkap di Kota Padang yang mampu menyediakan produk berkualitas tinggi dengan harga bersaing, serta memberikan pelayanan terbaik bagi pelanggan.

2. Misi

1. Memberikan akses mudah dan luas kepada pelanggan untuk mendapatkan produk olahraga berkualitas dari berbagai merek terkenal.
2. Menyediakan konsultasi dan rekomendasi yang profesional serta personal kepada setiap pelanggan untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi olahraga mereka.
3. Mengutamakan kepuasan pelanggan dengan pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional dari seluruh tim kami.
4. Mendukung perkembangan komunitas olahraga lokal dengan berbagai kegiatan dan program yang berfokus pada gaya hidup sehat dan aktif.

1.7.3 Struktur Organisasi Toko

Struktur Organisasi toko dapat dilihat pada tabel 1.1 sebagai berikut :



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Toko

1.7.4 Tugas dan Tanggung Jawab

Berikut adalah uraian pekerjaan pada Toko Arena Sport :

1. Owner mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
 - a) Menetapkan visi, misi, dan strategi jangka panjang toko.
 - b) Mengambil keputusan penting terkait investasi, ekspansi, atau perubahan besar dalam operasional.
 - c) Mengawasi kinerja manajer dan memastikan toko berjalan sesuai dengan visi perusahaan.
 - d) Memastikan keuangan toko sehat dan melakukan evaluasi keuangan. Menjaga hubungan baik dengan supplier utama dan mitra bisnis strategis.
 - e) Mengambil keputusan akhir dalam perekrutan

karyawan tingkat manajemen.

2. Manajer mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a) Mengelola operasional sehari-hari toko, termasuk manajemen stok, pengelolaan karyawan, dan pelayanan pelanggan.
- b) Bertanggung jawab atas pencapaian target penjualan dan efisiensi operasional.
- c) Mengawasi kinerja karyawan, memberikan arahan, dan memastikan setiap divisi bekerja sesuai dengan tugasnya.
- d) Berkoordinasi dengan supplier dan karyawan bagian gudang untuk memastikan ketersediaan stok barang.
- e) Mengurus administrasi toko, seperti pembukuan keuangan harian, pengelolaan gaji, dan laporan bulanan kepada owner.
- f) Menyelesaikan masalah atau keluhan pelanggan dan menjaga kualitas pelayanan.
- g) Mengawasi kegiatan promosi dan pemasaran toko serta memastikan efektivitasnya.

3. Karyawan Pelayanan mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

- a) Melayani pelanggan dengan ramah dan profesional, membantu mereka menemukan produk yang sesuai dengan kebutuhan.
- b) Memberikan informasi terkait produk, harga, dan promosi yang sedang berlangsung.

- c) Melakukan transaksi penjualan, termasuk pencatatan penjualan dan menerima pembayaran dari pelanggan.
 - d) Menangani keluhan pelanggan dan menyelesaikan masalah dengan cara yang cepat dan tepat.
 - e) Menjaga kebersihan dan kerapian area penjualan, serta memastikan produk tersusun dengan baik.
 - f) Membantu menjaga stok barang di area penjualan dengan berkoordinasi dengan bagian gudang.
 - g) Mengumpulkan feedback dari pelanggan dan melaporkannya kepada manajer untuk perbaikan layanan.
4. Karyawan Pengantar Barang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :
- a) Mengantarkan barang pesanan pelanggan ke alamat yang ditentukan tepat waktu dan dalam kondisi baik.
 - b) Memastikan barang yang diantar sesuai dengan pesanan, baik dari segi jumlah, kualitas, dan keutuhan.
 - c) Berkoordinasi dengan bagian gudang dan manajer untuk menentukan jadwal pengiriman dan rute yang efisien.
 - d) Mencatat dan melaporkan hasil pengiriman, termasuk barang yang telah diantarkan dan konfirmasi penerimaan dari pelanggan.
 - e) Menjaga kendaraan operasional dan memastikan barang terjaga selama proses pengiriman.
 - f) Menangani barang retur dari pelanggan, jika ada, dan

mengembalikannya ke gudang dengan laporan yang jelas.

5. Karyawan Bagian Gudang mempunyai tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a) Menerima barang dari supplier, mengecek kondisi dan kuantitas barang yang masuk sesuai dengan pesanan.
- b) Menata barang di gudang dengan rapi dan memastikan stok barang tersedia sesuai kebutuhan toko.
- c) Mengelola stok barang, melakukan pencatatan keluar masuk barang di gudang, serta melakukan inventarisasi secara berkala.
- d) Berkoordinasi dengan manajer mengenai ketersediaan barang dan kebutuhan pengisian stok.
- e) Menjaga kebersihan dan keamanan barang di gudang serta memastikan barang dalam kondisi yang baik.
- f) Menyiapkan barang yang akan dikirim atau dipindahkan ke bagian penjualan sesuai pesanan atau kebutuhan toko.