

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Ketatnya persaingan di dunia bisnis dalam mempertahankan pangsa pasar tercermin dari makin banyaknya produk-produk yang diluncurkan perusahaan untuk dapat mempertahankan eksistensinya dalam dunia usaha. Terkait dengan hal tersebut, produk merupakan salah satu andalan perusahaan untuk bisa mendapatkan profit atau laba. Dengan demikian produk yang dirancang oleh perusahaan harus memiliki kualitas yang baik, serta wajib dikomunikasikan terus-menerus kepada konsumen.

Berbagai macam produk baru bermunculan mengikuti arus kebutuhan persaingan pasar. Produk yang baru lahir biasanya lebih mengutamakan daya tarik untuk merebut posisi di pasar baik dari segi harga, kualitas, desain, dan aspek-aspek lain. Tidak jarang ada beberapa produsen menghasilkan produk “baru” yang merupakan produk hasil inovasi peniruan yang menunjukkan tidak adanya perbedaan pola pengkonsumsian dan hanya menciptakan kembali produk yang sudah ada dengan sedikit modifikasi.

Dalam kondisi semakin meningkatnya persaingan antara produk-produk sejenis, maka perusahaan satu dengan yang lainnya saling memperebutkan konsumen. Perusahaan yang mampu menciptakan dan mempertahankan pelangganlah yang akan sukses dalam persaingan. Setiap perusahaan berusaha untuk memahami perilaku konsumen pada pasar sasaran untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Perilaku konsumen yang ada tersebut akan mempengaruhi cara konsumen dalam melihat atau

memandang suatu produk. Konsumen dalam memilih suatu merek produk akan mencoba berbagai *brand* yang berbeda. Jika dirasakan bahwa merek tersebut cocok dan memenuhi apa yang diharapkan dari produk sejenis maka konsumen akan terus mencari brand tersebut.

Menurut Herriyance dan Dahria (2016:131) Printer adalah suatu alat untuk mencetak tulisan, dokumen dan gambar dari suatu media (seperti kertas) ke media yang lain. Semakin banyak produk printer yang ada dipasaran akan membuat konsumen menjadi sulit dalam memilih. Penelitian ini bertujuan untuk membangun sebuah sistem yang membantu pengambilan keputusan dalam pemilihan produk printer dengan menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART). Sistem yang dibangun bertujuan untuk mempermudah dalam pemilihan printer dengan mempertimbangkan beberapa kriteria dan alternatif yang tersedia. Sistem ini juga dapat memberikan pertimbangan mengenai metode mana yang paling cepat dalam pemrosesan kriteria dan alternatif pengambilan keputusan dengan menghitung running time bagi tiap-tiap metode yang digunakan. Hasil akhir penelitian menunjukkan produk printer yang terbaik berdasarkan kriteria dan alternatif yang dihitung dengan dua metode AHP dan SMART dan hasil terbaik ditunjukkan dengan angka perhitungan tertinggi dari setiap model printer.

Konsumen memandang sebuah merek sebagai bagian dari produk, dan pemberian merek dapat menambah nilai produk. Pemberian merek telah menjadi isu penting dalam strategi produk dan nama merek menceritakan sesuatu kepada pembeli tentang mutu produk.

Produk printer saat ini yang selalu mengeluarkan berbagai inovasi dapat menarik minat konsumen. Dalam hal ini konsumen akan dimanjakan dengan berbagai produk yang memiliki banyak fitur dan layanan.

Printer telah mengalami perkembangan yang sangat pesat saat ini, baik itu dari segi merek, harga, berat printer, kecepatan printer, kapasitas kertas, ukuran printer. Aspek-aspek atau kriteria-kriteria ini dapat dijadikan acuan dalam memilih sebuah printer. Kemampuan printer dalam mempengaruhi harga printer, semakin tinggi harga sebuah

printer maka printer tersebut memiliki kualitas yang baik. Banyak merek printer yang ada saat ini memicu tumbuhnya persaingan teknologi dalam memenuhi kebutuhan manusia. Berdasarkan banyaknya produk yang disajikan mulai dari merek, harga, berat printer, kecepatan printer, kapasitas kertas, ukuran printer, dan fungsional dari printer itu terkadang membuat seseorang bingung untuk menentukan printer mana yang akan dibeli. Oleh karena itu, ketika ingin membeli printer harus disesuaikan dengan kebutuhan.

Setiap orang sering dihadapkan pada suatu keadaan dimana orang tersebut harus memutuskan untuk memilih satu dari beberapa pilihan yang ada. Suatu masalah dalam kehidupan dapat diselesaikan dengan berbagai cara yang mungkin saja memberikan pemecahan masalah secara langsung atau memberikan beberapa alternatif solusi untuk pemecahan masalah.

Banyaknya merek printer yang ada saat ini, membuat peneliti mengambil tiga sampel merek printer yang banyak diminati oleh konsumen saat ini yaitu Canon, Epson, dan Hp. Maka dari itu dibuatlah pengujian untuk meneliti jenis printer yang ideal dan paling banyak diminati oleh konsumen dari segala kalangan.

Permasalahannya adalah mungkin akan sulit untuk menemukan metode mana yang akan memiliki nilai yang lebih relevan diantara metode manual yang mudah diterapkan sebelumnya dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Menurut Darmawan (2009:92) mengemukakan bahwa “Model analitis berjenjang *Analytical Hierarchy Process* (AHP) diperkenalkan pertama kali oleh Thomas L. Saaty pada era 1970-an. Model yang berada di wilayah probabilitas ini merupakan model pengambilan keputusan dan perencanaan strategis”. Oleh karena itu perlu dilakukan pengujian

terhadap hasil dari metode tersebut dengan uji rehabilitas guna melihat kekuatan hubungan dari hasil yang didapatkan dengan ranking keputusan yang dibuat.

Dalam permasalahan ini penulis memilih metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk mempermudah produsen dalam menganalisis tingkat penjualan printer yang banyak diminati oleh konsumen.

Sehingga pemilihan judul yang akan penulis susun adalah “ **PENERAPAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP) DALAM MENENTUKAN PEMILIHAN PRINTER PADA TOKO AKTUAL KOMPUTER SUMEDANG**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, maka permasalahan yang dapat dirumuskan sebagai dasar analisa dalam penelitian antara lain:

1. Bagaimana konsumen menentukan pilihan mengenai printer yang akan dibeli?
2. Bagaimana metode AHP dapat digunakan untuk mendukung proses pengambilan keputusan?

1.3. Maksud dan Tujuan

Maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah:

1. Menganalisa permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dalam memilih printer dengan memberikan alternatif pemecahan masalah menggunakan metode AHP.
2. Menerapkan disiplin ilmu yang telah penulis dapatkan dalam perkuliahan.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata Satu (S1) untuk program studi Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Nusa Mandiri Jakarta.

1.4. Metode Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan beberapa penerapan metode pengumpulan data untuk menyelesaikan permasalahan. Adapun metode dalam penelitian yang dilakukan adalah dengan cara :

1. Observasi

Dalam metode penelitian observasi ini, penulis meninjau langsung tentang apa saja yang dijadikan kriteria-kriteria dalam memilih printer dan memberikan kuesioner kepada responden untuk mendapatkan data-data yang didapat melalui kuesioner tersebut.

2. Wawancara

Dalam metode penelitian kuesioner ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada responden yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kriteria-kriteria apa yang digunakan pelanggan dalam memilih printer.

3. Studi Pustaka

Dengan metode ini penulis menggambarkan masalah secara jelas dan objektif berdasarkan teori-teori yang penulis pelajari selama perkuliahan. Selain itu, penulis juga mendapatkan data melalui pengumpulan serta beberapa buku dan jurnal sebagai bahan acuan dari referensi yang berkenaan dengan materi skripsi.

1.5. Ruang Lingkup

Untuk mempermudah penulisan laporan skripsi ini agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka perlu kiranya dibuat suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan laporan skripsi ini adalah:

1. Identifikasi kriteria-kriteria atau faktor-faktor pengambilan keputusan nama merek printer yang paling diminati.
2. Penentuan nama merek printer yang diminati secara random.
3. Implementasi AHP dan *expert choice* dalam mendukung proses pengambilan keputusan.

1.6. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan yang bersifat sementara atau dugaan yang paling memungkinkan yang perlu dicari kebenarannya sebagai dasar perumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Berdasarkan perumusan masalah dan tinjauan pustaka, maka dapat disimpulkan hasil dari hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H_0 = AHP tidak dapat digunakan untuk menunjang proses pengambilan keputusan.

H_1 = AHP dapat digunakan untuk menunjang proses pengambilan keputusan.