

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan internet kini menjadi salah satu kekuatan dalam berbagai sektor, khususnya di bidang bisnis. Saat ini, sudah banyak bisnis yang bergerak di bidang jual beli dan memanfaatkan *internet* sebagai alat utama dalam memasarkan produk atau jasanya. Pelaku bisnis mulai beralih dari yang dulunya hanya menggunakan sistem pemasaran tradisional atau *offline* menjadi lebih banyak memasarkan produk atau jasanya melalui berbagai macam *channel digital* yang sedang *viral* digunakan.

Perusahaan 'XYD' hadir sebagai *platform* pembelajaran dan persiapan karir *digital* yang berfokus pada keinginan dan kebutuhan masa kini untuk meraih karir impian di bidang teknologi *digital*. 'XYD' selalu memprioritaskan dan mengedepankan salah satu *core values*-nya yaitu *customer obsession*. Terdapat tiga jenis layanan yang disediakan oleh 'XYD'; *video course*, *bootcamp*, dan *specialized bootcamp*. Ketiga layanan tersebut memberikan fasilitas kepada pengguna untuk memulai dan meningkatkan *skill* mereka dalam bidang teknologi *digital*. Salah satu program unggulan dan sudah menjadi favorit sejak berdirinya perusahaan adalah program *bootcamp*. Bentuk program *bootcamp* yang disediakan berbagai pula; ada yang bergerak di bidang *UI/UX design*, *web development*, *business intelligence*, *data science*, dan *digital marketing*.

Penelitian yang akan dilakukan ini berfokus pada program *bootcamp digital marketing*. Program *bootcamp digital marketing* yang ditawarkan akan berjalan selama 5 bulan; *learning journey* siswa akan dimulai dari *fundamental digital marketing*, jenis-jenis *digital marketing*, *hands on practical class*, sampai dengan fase *final project* yang akan dilalui oleh siswa sebagai salah satu syarat kelulusan mereka dalam menjalani *bootcamp*. Fase *final project* ini akan berhubungan langsung dengan *client* yaitu UMKM yang sedang mengembangkan usaha mereka dan mau ikut belajar serta menekuni bidang *digital marketing* bersama siswa *bootcamp*.

Dalam proses memasuki fase *final project*, Perusahaan 'XYD' melakukan *open recruitment* untuk UMKM-UMKM yang ingin mengembangkan metode

pemasaran usaha melalui *digital marketing*. Pada tahap pertama, UMKM akan melalui seleksi administrasi, kemudian jika berkas yang dimiliki oleh UMKM memenuhi syarat dan dianggap layak, proses perekrutan dapat dilanjutkan ke tahap *interview*. UMKM tersebut akan di-*interview* oleh *stakeholder* yang akan mengambil keputusan diterima atau tidaknya UMKM yang bersangkutan untuk menjadi *client* pada *batch bootcamp* yang sedang membutuhkan *client* untuk *final project* mereka.

Berdasarkan data yang didapat dari Perusahaan 'XYD', rata-rata jumlah UMKM yang mendaftar setiap batch nya kurang lebih 10-12 UMKM dengan jumlah siswa rata-rata 30-40 siswa. Sedangkan rata-rata jumlah UMKM yang diterima setiap batch nya kurang lebih 6-8 UMKM tergantung jumlah siswa (1 kelompok siswa terdiri dari 4-5 orang). Jumlah UMKM yang mendaftar ini selalu mengalami kenaikan seiring dengan terus berkembangnya Perusahaan dan dunia digital marketing di kalangan pebisnis.

Selama proses penerimaan UMKM untuk menjadi *client*, perusahaan 'XYD' menentukan kriteria yang akan menjadi tolak ukur terpilihnya suatu UMKM. Akan tetapi, pemilihan UMKM ini masih belum terukur dan hasilnya terbilang tidak akurat karena saat proses penyeleksian hanya mempertimbangkan pendapat *stakeholder* saja dan sangat subjektif sekali, kemudian proses selanjutnya diambil kesimpulan atas hasil *interview* masing-masing UMKM. Pengambilan keputusan seperti ini dianggap kurang efektif dan efisien karena selalu ada UMKM yang sudah lulus menjadi *client* memperlihatkan perilaku yang tidak sesuai dengan perkataan saat menjalani *interview*. Kriteria yang ditetapkan pun cukup banyak sehingga membutuhkan suatu sistem yang dapat mendukung keputusan *stakeholder* dalam penentuan prioritas UMKM ini.

Berdasarkan permasalahan yang sudah diuraikan di atas, diperlukan suatu sistem pendukung keputusan yang dapat mengakomodir penentuan prioritas UMKM sebagai *client* pada *bootcamp digital marketing* di Perusahaan 'XYD'. Menurut Alavi dan Napier (dalam Wiji Settiyaningsih, M.Kom., 2015) sistem pendukung keputusan merupakan suatu kumpulan prosedur pemrosesan data dan informasi yang berorientasi pada penggunaan model untuk menghasilkan berbagai jawaban yang dapat membantu manajemen dalam pengambilan keputusan.

Menurut Scott (dalam Mahendra, G. S., & Aryanto, K. Y., 2019), sistem pendukung keputusan merupakan suatu sistem interaktif berbasis komputer yang membantu pengambilan keputusan melalui penggunaan data dan model-model terstruktur untuk memecahkan masalah-masalah yang sifatnya semi terstruktur dan tidak terstruktur, yang intinya akan mempertinggi efektivitas pengambil keputusan atau *decision maker*. Sistem ini harus sederhana, mudah digunakan dan bersifat adaptif. Sistem pendukung keputusan yang dibangun diharapkan dapat membantu perusahaan 'XYD', khususnya *bootcamp digital marketing* dalam proses penentuan prioritas UMKM sebagai *client* yang memenuhi kriteria-kriteria.

Metode yang digunakan dalam pengembangan sistem pendukung keputusan pada penentuan prioritas UMKM sebagai *client* ini adalah menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Metode AHP menurut Thomas L. Saaty (1970 dalam Akhiyar, D. Wisky, I. A., & Rahim, R., 2018) merupakan sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut ke dalam susunan *hierarki* dan melakukan pertimbangan untuk menetapkan variabel mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Metode ini juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dan logika yang bersangkutan pada berbagai persoalan, lalu mensintesis berbagai pertimbangan yang beragam menjadi hasil yang cocok dengan perkiraan kita secara intuitif sebagaimana yang dipresentasikan pada pertimbangan yang telah dibuat (Saaty, 2008 dalam Agnia Eva Munthafa, Husni Mubarak, 2017).

Sebagai penunjang penelitian ini, dirujuk referensi penelitian terdahulu yaitu penelitian oleh Agung Wahyu Hadiana (2021) mengangkat topik "Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Penghargaan UMKM Skala Mikro di Kabupaten Bandung Barat menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*". Pada penelitian tersebut dijelaskan bahwa penentuan prioritas UMKM yang terbaik perlu diperlukan karena pemerintah dapat memberikan piagam penghargaan dan bantuan kepada pelaku usaha untuk lebih mengembangkan usahanya karena UMKM berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja. Jumlah UMKM yang banyak di Kabupaten Bandung Barat dan jumlah kriteria penilaian yang cukup banyak

menyulitkan dalam melakukan penilaian untuk pemberian penghargaan dan bantuan terhadap UMKM yang terbaik. Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dianggap menjadi solusi dalam membantu pengambilan keputusan masalah tersebut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh M. Hamka dan Ridho Muktiadi (2019) mengangkat topik “Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Prioritas Pelatihan menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*”. Pada penelitian ini masalah utama yang diangkat yaitu pemilihan prioritas jenis diklat yang sesuai bagi pengembangan kualitas sumber daya manusia terkait pendirian Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) di SMK Muhammadiyah 1 Purwokerto. Kriteria yang digunakan yaitu; luaran pelatihan, manfaat manteri, kurikulum, dan metode pelaksanaan. Sedangkan alternatif pelatihan yang dilaksanakan yaitu; pelatihan penyusunan SOP LSP, pelatihan penyusunan manual mutu LSP, pelatihan penyusunan perangkat asesmen, dan pelatihan penyusunan renstra LSP. Hasil yang didapatkan dari perbandingan berpasangan mendapatkan prioritas kriteria yang sesuai dengan perhitungan manual yang dilakukan.

Terakhir penelitian yang dilakukan oleh Sugianto dan Candra Wahyu (2015) mengangkat topik “Sistem Pendukung Keputusan Rekomendasi Pengangkatan Karyawan Peserta *Training* menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* di PT.XYZ”. Pada penelitian ini, dikatakan bahwa PT. XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa konsultan teknologi informasi. Salah satu cara perekrutan karyawan di perusahaan ini adalah melalui pengangkatan karyawan dari para peserta training. Pada proses pengangkatan tersebut, dilakukan penilaian karyawan secara manual terhadap beberapa kriteria penilaian yang telah ditetapkan. Proses manual ini ingin dikembangkan dengan membuat sebuah sistem pendukung keputusan dengan harapan dapat mempermudah dan menyederhanakan proses pengambilan keputusan. Penerapan aplikasi ini memberikan hasil yang lebih akurat dan proses yang lebih efisien karena pendataan dan perhitungan proses penilaian yang berhubungan dengan pengangkatan karyawan peserta *training* lebih terorganisir dan *valid*.

Berdasarkan uraian permasalahan dan didukung oleh tiga referensi dengan permasalahan serupa yang telah diuraikan, penggunaan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* pada sistem pendukung keputusan ini diharapkan dapat

mengatasi permasalahan penentuan prioritas UMKM sebagai *client* pada *bootcamp digital marketing* di perusahaan 'XYD'. Keluaran atau *output* dari sistem pendukung keputusan ini adalah urutan alternatif terbaik yang dipilih secara objektif bagi pengambil keputusan yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk pengambilan keputusan dalam penentuan prioritas UMKM sebagai *client* pada *bootcamp digital marketing* di perusahaan 'XYD'.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah 'Bagaimana membangun aplikasi sistem pendukung keputusan dalam menentukan prioritas UMKM sebagai *client bootcamp digital marketing* menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* dengan studi kasus pada Perusahaan 'XYD'.

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka batasan masalah dalam penelitian tugas akhir ini, yaitu:

1. Objek kajian dari penelitian yang dilakukan adalah pada Perusahaan 'XYD' terkhusus untuk *bootcamp digital marketing*.
2. Penetapan kriteria dalam penentuan prioritas UMKM yang akan menjadi *client* dilakukan oleh *Product Manager* bersama dengan *Class Manager* selaku *decision maker* penerimaan UMKM sebagai *client* di *bootcamp digital marketing* pada perusahaan 'XYD'.
3. Kriteria yang telah ditetapkan merupakan kriteria penerimaan UMKM pada tahap *interview* yaitu; kesibukan *owner*, ketersediaan produk, keadaan bisnis, jenis bisnis, rata-rata *revenue*/bulan, rata-rata pelanggan/bulan jumlah *tools* pemasaran yang digunakan, aset instagram, akun meta *ads*, akun google *ads*, *website*, dan *e-mail* pelanggan.
4. Alternatif yang digunakan adalah data UMKM yang mendaftar untuk menjadi *client* di *bootcamp digital marketing batch 14* pada periode bulan Oktober tahun 2022.

5. Aplikasi ini ditujukan untuk mendukung keputusan penentuan prioritas UMKM sebagai *client* yang akan dilakukan oleh *Class Manager* yang berperan sebagai *admin*.
6. Pembangunan aplikasi Sistem Pendukung Keputusan (SPK) menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.
7. Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dibangun mulai dari tahap *requirement analysis* sampai tahap *testing*.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menghasilkan sebuah aplikasi Sistem Pendukung Keputusan (SPK) menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* penentuan prioritas UMKM sebagai *client* yang diterapkan di *bootcamp digital marketing* Perusahaan 'XYD'.
2. Memberikan kemudahan terhadap rekomendasi pemilihan UMKM yang akan menjadi *client* pada *bootcamp digital marketing* di Perusahaan 'XYD'.
3. Mendukung keputusan yang akan diambil oleh *Product Manager* dan *Class Manager* sebagai *stakeholder* karena akan ada sistem yang membantu memberikan rekomendasi penentuan prioritas UMKM sebagai *client*, sehingga keputusan yang akan diambil jauh lebih terstruktur dan komprehensif.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan rekomendasi UMKM yang dapat diambil sebagai *client* pada fase *final project* di *bootcamp digital marketing* Perusahaan 'XYD'.
2. Mempermudah *stakeholder* dalam pemilihan UMKM sebagai *client* di *bootcamp digital marketing* Perusahaan 'XYD'.
3. Berguna sebagai referensi penelitian selanjutnya bagi pembaca.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir ini sebagai berikut:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

BAB ini menjelaskan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

BAB ini menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian. Teori yang dibahas terdiri dari kajian literatur dan teori-teori yang mendasari penelitian meliputi penjelasan tentang konsep Sistem Pendukung Keputusan (SPK), metode yang digunakan (*AHP*), penjelasan tentang Perusahaan yang diteliti, dan peran UMKM sebagai *client* di *bootcamp digital marketing*.

## **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

BAB ini menjelaskan objek kajian, metode pengumpulan data, metode penelitian menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*, *flowchart* penelitian, dan jadwal penelitian.

## **BAB IV : ANALISIS DAN PERANCANGAN SPK**

BAB ini menjelaskan analisis perancangan atau pemodelan serta pembahasan dalam menentukan prioritas UMKM sebagai *client* pada *bootcamp digital marketing* di Perusahaan 'XYD' menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)*.

## **BAB V : IMPLEMENTASI DAN PENGUJIAN**

BAB ini menjelaskan implementasi berdasarkan analisis perancangan sistem kedalam bahasa pemrograman serta pengujian terhadap aplikasi dengan melakukan pemeriksaan terkait ketersediaan kebutuhan fungsional dan kesesuaian dengan rancangan sistem yang diusulkan.

## **BAB VI : PENUTUP**

BAB ini menjelaskan kesimpulan terhadap hasil penelitian dan saran untuk pengembangan sistem di masa yang akan datang. Kesimpulan merupakan inti menyeluruh dari tugas akhir ini, sedangkan saran merupakan harapan kedepannya terkait pengembangan penelitian.