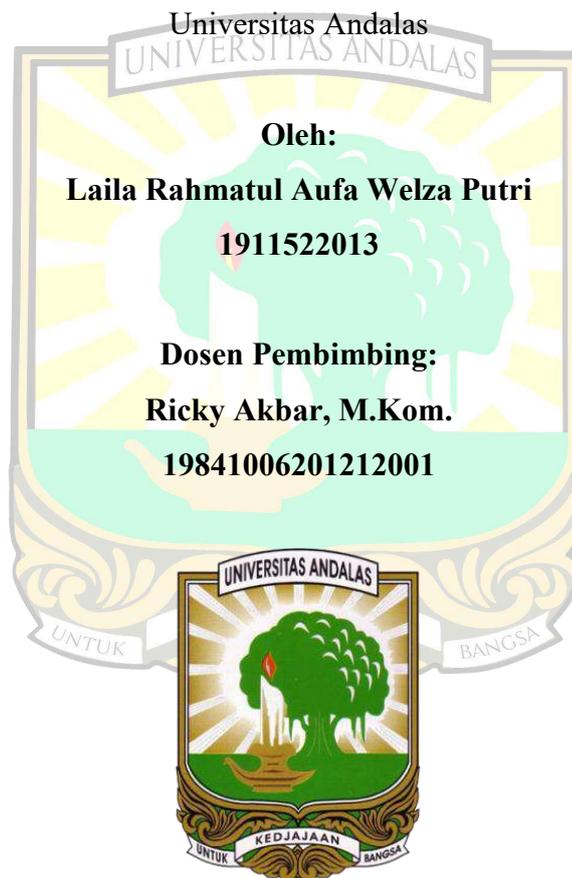


**PEMBANGUNAN SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN
MENENTUKAN PRIORITAS UMKM
SEBAGAI *CLIENT BOOTCAMP DIGITAL MARKETING*
MENGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)*
(STUDI KASUS PERUSAHAAN 'XYD')**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Strata-1
pada Departemen Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi



**DEPARTEMEN SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

ABSTRAK

Perusahaan 'XYD' adalah sebuah platform pembelajaran dan persiapan karir digital untuk meraih karir impian di bidang teknologi digital. Salah satu layanan unggulan dari 'XYD' adalah program bootcamp digital marketing. Pada bootcamp ini, siswanya akan dibimbing selama 5-6 bulan untuk menguasai bidang digital marketing mulai dari mempelajari tentang dasar-dasar materi hingga praktek langsung kepada UMKM yang akan bertindak sebagai client pada fase final project. Dalam prosesnya, Perusahaan 'XYD' melakukan open recruitment untuk UMKM-UMKM yang ingin mengembangkan metode pemasaran usaha melalui digital marketing. Bagi perusahaan, pemilihan UMKM ini cukup rumit dan hasilnya terduga 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. Walaupun penandatanganan surat komitmen sudah dilakukan, namun hal seperti ini tidak dapat ditagih kepada pihak UMKM jika hasil interview UMKM tidak terdokumentasikan dengan baik. Melihat permasalahan yang terjadi, perusahaan perlu memiliki sebuah sistem pendukung keputusan yang dapat membantu dalam penentuan prioritas UMKM yang akan menjadi client pada batch yang bersangkutan agar keputusan yang diambil dapat lebih terukur sesuai dengan kriteria yang sudah ada sebelumnya. Adapun kriteria yang telah ditetapkan 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. Pembangunan sistem pendukung keputusan ini menggunakan metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dalam penentuan ranking dari setiap alternatif. Hasil dari penelitian ini adalah sistem pendukung keputusan menggunakan metode AHP yang bertujuan untuk membantu perusahaan dalam mempermudah penyeleksian UMKM yang cocok untuk menjadi client dimana nantinya akan digunakan saat fase final project siswa bootcamp digital marketing pada Perusahaan 'XYD'.

Kata Kunci: Sistem Pendukung Keputusan (SPK), UMKM, Bootcamp Digital Marketing, Analytical Hierarchy Process (AHP)