

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Agar sukses dalam bisnis saat ini, perusahaan membutuhkan sistem informasi yang dapat mendukung kebutuhan pengambilan keputusan dan berbagai informasi dari manajer dan para praktisi. Perusahaan atau instansi yang memiliki mitra dalam jumlah yang besar, proses evaluasi (penilaian) kinerja mitra relatif sering dilakukan sehingga perusahaan memerlukan prosedur yang baku dalam menetapkan persyaratan bagi beberapa mitra untuk mendapatkan promosi dan potongan (diskon) dalam jumlah tertentu.

Mengambil keputusan selain harus memperhitungkan sejumlah data yang banyak juga harus berpacu dengan waktu. Keterbatasan waktu dalam pengambilan keputusan ini akan mengurangi pertimbangan-pertimbangan dan hal ini akan meningkatkan resiko pengambilan keputusan yang tidak tepat. Dengan kata lain pengambilan keputusan ini membutuhkan pemahaman sistem yang komprehensif berdasarkan data yang tersedia sehingga diperoleh gambaran karakteristik perusahaan atau sistem tersebut. Masalah yang muncul selain itu adalah jika proses evaluasi (penilaian) yang kurang konsisten yaitu yang terjadi sekarang umumnya adalah adanya suatu mitra yang tidak memenuhi target minimal penjualan suatu produk, maka harusnya pihak manajemen memberikan Surat Peringatan (SP), akan tetapi yang terjadi selama ini pihak manajemen

masih menyelesaikan dengan kekeluargaan. Jika proses pengambilan suatu keputusan ini dibantu oleh sebuah sistem pendukung keputusan yang terkomputerisasi diharapkan subyektifitas dalam pengambilan keputusan dapat dikurangi.

Latar belakang masalah pada skripsi ini adalah bagaimana sistem pendukung keputusan dapat digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi (dalam hal ini memberikan penilaian dengan metode numeric yang dapat melakukan perhitungan nilai-nilai dan bobot) atas kinerja mitra, sehingga nantinya pihak manajemen dapat melakukan pengambilan keputusan.

Bagi mitra, hasil penilaian ini dapat digunakan untuk menjadi umpan balik terhadap prestasi kerja sehingga ia memiliki dasar pertimbangan untuk perencanaan pengembangan atau kedepannya.

Disisi lain penilaian ini dapat digunakan perusahaan untuk melandasi pengambilan keputusan dalam hal pemberian imbalan (kompensasi), penempatan (promosi), ataupun pemberian potongan (diskon) dan lain-lain.

Hal tersebutlah yang mendorong penulis membuat skripsi dengan judul **"Sistem Penunjang Keputusan Untuk Pemasaran Produk Pada CV. Codesign Indonesia Berdasarkan Metode Numerik"**.

## **B. Perumusan Masalah**

Penulis dalam hal ini membatasi masalah pada pembuatan Sistem Penunjang Keputusan Untuk Pemasaran Produk Pada CV. Codesign Indonesia Berdasarkan Metode Numerik. Dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengurangi subyektifitas dalam pengambilan suatu keputusan pada CV. Codesign.
2. Bagaimana cara yang efektif untuk menyampaikan informasi (pemberian imbalan/kompensasi, penempatan/promosi, ataupun pemberian potongan/diskon) yang terkait dengan keputusan pihak manajemen kepada para mitra perusahaan dengan cepat, tepat, dan efektif dengan sumber daya yang sudah ada melalui media internet.
3. Bagaimana cara memfasilitasi para mitra perusahaan, atau pihak manajemen untuk bertukar informasi secara online.

## **C. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini beberapa batasan masalah sebagai berikut:

1. Sistem akan memberikan alternative solusi bagi pihak management produksi dan manajemen pemasaran dalam hal penentuan strategi produksi dan pemasaran. Tetapi keputusan akhir tetap berada ditangan manusia (pihak Managemen)

2. Strategi perencanaan produksi dan pemasaran ditentukan berdasarkan metode Numerik yakni bobot dari setiap produk yang dipasarkan dengan target yang telah ditetapkan.
3. Sistem melakukan penyimpanan data pemasaran dari waktu ke waktu (perbulan)
4. Sistem akan melakukan analisa terhadap metode numerik yang pernah dilakukan dan kemudian memeberikan gambaran dan solusi bagi pihak manajemen pemasaran terhadap penentuan strategi pemasaran.
5. Studi kasus pemasaran diasumsikan mencakup waktu, harga, Point setiap produk, record penjualan( skala ketercapaian target) dan metode penjualan dari pemasaran produk
6. Ruang lingkup penelitian penulis fokuskan pada **CV.CODESIGN INDONESIA** yang beralamatkan di JL.Melati Kulon No.8 Baciro Yogyakarta, yaitu sebagai Perusahaan Teknologi Informasi yang memasrkan produk-produk TI (Teknologi Informasi) di dunia pendidikan.
7. Perangkat lunak yang digunakan adalah :
  - a. PHP
  - b. MySQL

## D. Tujuan

Tujuan dari penelitian dan penulisan tugas akhir ini yaitu:

### 1. Bagi Penulis

- a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) - Sistem Informasi pada Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer STMIK AMIKOM Yogyakarta.
- b. Membuat sistem penunjang keputusan untuk pemasaran produk pada CV. Codesign Indonesia berdasarkan metode numerik.
- c. Menerapkan dan mengembangkan semua yang telah diperoleh berupa ilmu dan pengetahuan baik yang teori yang didapat selama mengikuti pendidikan di Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer "AMIKOM" Yogyakarta untuk mendukung kemampuan beraktualisasi dalam penerapan ilmu di dunia.
- d. Menambah wawasan dan pengetahuan di bidang multimedia, sehingga diharapkan nantinya dapat bersaing di era globalisasi.

### 2. Bagi Perusahaan:

- a. Mengetahui skala ketercapaian produk setiap waktu
- b. Mengetahui kinerja setiap personil marketing dalam memasarkan sebuah produk sesuai target yang ditetapkan

- c. Mengetahui produk apa saja yang laris dipasarkan dengan dapat melihat kondisi yang terjadi dilapangan baik dari segi jarak maupun kebutuhan.
- d. Dapat melihat grafik berdasarkan metode penjualan yang dijalankan setiap bulannya dari pihak pemasaran.

#### **E. Manfaat**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menghasilkan sebuah sistem informasi yang berguna bagi pihak management pemasaran dan pihak produksi sehingga dapat meningkatkan pemasaran produk dan menciptakan kebutuhan-kebutuhan produk dengan kualitas baik.

#### **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang dilakukan dalam perancangan dan pembuatan program ini adalah sebagai berikut:

1. Metode Observasi

Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan secara langsung terhadap obyek penelitian untuk memperoleh informasi sebagai bahan penulisan.

## 2. Metode Wawancara

Dengan mengajukan pertanyaan secara langsung dengan pihak manajemen yakni bidang pemasaran produk dengan berlandaskan pada tujuan penelitian dan obyek yang diteliti.

## 3. Metode Kepustakaan

Metode kepuustakaan ini mengacu pada buku-buku referensi tentang PHP, MySQL-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti sehingga nantinya dapat membantu selesainya skripsi ini.

### **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi ini dapat dipaparkan secara singkat sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, sistematika penulisan dan rencana proyek.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas mengenai dasar-dasar teori perangkat lunak yang relevan yang digunakan untuk membangun sistem penunjang keputusan tersebut..

### BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN SISTEM

Bab ini berisi analisis kebutuhan sistem, perancangan sistem penentuan cakupan penilaian dalam pemasaran produk pada obyek dengan mengintegrasikan manajemen pemasaran produk dan komputer.

### BAB IV PEMBAHASAN

Mencakup form-form yang digunakan, fungsi masing-masing form pada saat dijalankan (*running program*), kaitannya dengan eksekusi program dan kaitannya dengan kode program (*source code*) yang terdapat pada lampiran.

### BAB V PENUTUP

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan-kesimpulan dari pembahasan sistem penunjang keputusan berupa sistem informasi dan berupa saran untuk penelitian selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN

