

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Jumlah penduduk di Indonesia semakin meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dilihat dari angka kelahiran yang masih tinggi setiap tahunnya. Berdasarkan data Dukcapil Kemendagri, angka kelahiran dalam 4 bulan terakhir sejak November 2020 hingga Februari 2021 mencapai 501.319 jiwa (Dukcapil Kemendagri, 2021). Masyarakat Indonesia memiliki budaya tersendiri menyambut kelahiran, salah satunya saling berkunjung dan memberikan hadiah untuk kerabat yang melahirkan. Seiring dengan fakta tersebut, tidak dapat dipungkiri kebutuhan terhadap perlengkapan bayi terus meningkat. Perlengkapan bayi merupakan hal yang harus dimiliki oleh para keluarga yang sudah atau akan mempunyai anak. Mulai dari perlengkapan mandi, makan, hingga popok harus selalu siap sedia untuk sang buah hati. Kehadiran sang buah hati menjadi suatu suka cita bagi sang orangtua dan keluarga. Tidak hanya dari keluarga saja, tetapi rekan kerabat dari sang orangtua juga merasakan kebahagiaan tersebut. Untuk mengungkapkan kebahagiaan tersebut, kerabat akan memberikan sebuah kado berupa perlengkapan bayi.

Kado menurut KBBI (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*) adalah hadiah atau pemberian untuk yang berulang tahun, menikah, melahirkan dan sebagainya. Kado memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga kado dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan. Bhisma *Babyshop* terletak di Jl. Jaksa Agung Suprpto No.39, Tulungagung, Jawa Timur toko ini melayani pembelian perlengkapan bayi mulai dari umur 0 hingga 5 tahun. Dalam kesehariannya Bhisma *Babyshop* harus melayani banyak konsumen, baik dari masyarakat yang membeli untuk kebutuhan putra/putrinya sendiri maupun dengan tujuan untuk membeli kado bagi kerabat yang baru melahirkan. Berawal dari banyaknya variasi perlengkapan yang ada, kerap membuat pelanggan merasa kebingungan untuk memilih produk. Pelanggan yang sudah menentukan ingin membeli produk tertentu untuk kado, ketika berada ditoko juga masih mengalami kebingungan karena satu produk memiliki banyak variasi. Ketika dihadapkan

banyaknya variasi, pelanggan kesulitan untuk mencocokkan dengan kriteria yang mereka inginkan. Guna meningkatkan pelayanan, hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pihak Bhisma *Babyshop* agar bisa memberikan rekomendasi produk-produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Memberikan rekomendasi untuk permasalahan semiterstruktur seperti pemilihan kado untuk bayi dapat dibantu dengan Sistem Pendukung Keputusan (SPK). Sistem ini dapat dijalankan secara komputerisasi sehingga memudahkan pengguna untuk memperoleh rekomendasi yang tepat. SPK telah banyak digunakan diberbagai penelitian diantaranya adalah menentukan pembelian mobil keluarga yang dilakukan oleh Haerudin A Koloid, Wirastawa Ridwan, dan Ifan Wiranto menggunakan metode *Fuzzy AHP* dengan menghasilkan program sistem pendukung keputusan untuk menentukan pembelian mboil keluarga dan diperoleh hasil akurasi 29.144% untuk prioritas utama. Pada penelitian lain dilakukan untuk menentukan pemberian hadiah pada nasabah prioritas di BCA Bayuwangi yang dilakukan oleh Ahmad Chusyairi dan Ayuningthyas Emanda Savitri, peneliti menggunakan metode *Weighted Product (WP)* dengan menghasilkan program sistem pendukung keputusan pemberian hadiah terhadap nasabah prioritas di BCA Banyuwangi sehingga dapat menentukan nasabah yang berhak mendapatkan hadiah. Didalam proposal ini diusulkan sebuah SPK untuk menentukan pembelian kado dengan metode *Fuzzy AHP*. Metode *Fuzzy AHP* ini merupakan salah satu model pengembangan dari algortima AHP (*Analytical Hierarchy Process*). *Fuzzy AHP* adalah metode analisis yang dikembangkan dari AHP tradisional. *Fuzzy AHP* dianggap lebih baik dalam mendeskripsikan keputusan yang samar-samar daripada AHP tradisional (Buckley, 1985). Diharapkan SPK yang akan dikembangkan ini dapat membantu dan mempermudah pelanggan dalam menentukan kado apa yang harus mereka beli sesuai kriteria yang diinginkan. Pada sistem ini juga dapat membantu pegawai dalam merekomendasikan produk yang cocok dibeli sebagai kado untuk pelanggan. Fitur-fitur yang diberikan antara lain dashboard, menu input kriteria, alternatif, menu perhitungan, menu hasil perhitungan, dan halaman produk atau katalog dari tiap alternatif.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat diuraikan rumusan masalah yaitu :

- a. Bagaimana merancang SPK yang sesuai dengan kebutuhan pengguna?
- b. Bagaimana mengembangkan SPK berbasis web untuk memudahkan pelanggan dalam menentukan pembelian kado?
- c. Bagaimana menerapkan metode *Fuzzy* AHP dalam sistem pendukung keputusan pembelian kado?

## 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan penelitian ini, ruang lingkup masalah dibatasi pada hal berikut :

- a. Data yang dibutuhkan diambil dari toko Bhisma *Babyshop*.
- b. Pengguna adalah pemilik atau pegawai dari toko Bhisma *Babyshop*.
- c. Sistem pendukung keputusan pembelian kado ini hanya untuk keputusan pembelian kado dengan jenis peralatan mandi, peralatan makan, peralatan perawatan, tas bayi dan kasur bayi.
- d. Sistem pendukung keputusan ini memiliki 6 parameter yaitu harga produk, budget pembeli, jenis kelamin anak yang akan dikado, usia anak yang akan dikado, kualitas produk, dan berat badan anak yang akan dikado.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah :

- a. Merancang dan membuat sistem pendukung keputusan menentukan pembelian kado di Bhisma *Babyshop* berbasis web.
- b. Menerapkan metode *Fuzzy* AHP dalam sistem pendukung keputusan pembelian kado.
- c. Membuat pegawai dapat merekomendasikan kado terhadap pelanggan

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian dan sistem ini adalah :

- a. Pelanggan dapat menentukan kado apa yang harus dibeli.
- b. Penulis dapat mengetahui metode *Fuzzy* AHP dapat diterapkan pada sistem pendukung keputusan pembelian kado yang dapat memberikan informasi dan rekomendasi produk untuk calon pembeli.

Pegawai dapat lebih mudah menawarkan produk apa yang bisa dibeli sebagai kado.