

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital saat ini, integrasi teknologi informasi dalam operasional perusahaan telah menjadi kebutuhan mendasar. Mayoritas perusahaan yang sedang mengalami pertumbuhan telah memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi, mempercepat proses kerja, dan mempermudah pengelolaan aktivitas internal secara menyeluruh. Keberadaan teknologi informasi telah membawa perubahan signifikan dalam proses transformasi bisnis menuju digitalisasi (Silvya et al., 2020). Konsep ekonomi digital diterjemahkan dan diimplementasikan dalam bentuk model bisnis baru yang didasarkan pada teknologi informasi dan internet, memungkinkan Perusahaan baik skala besar maupun kecil untuk merespons perubahan pasar secara lebih cepat, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperluas jangkauan konsumen melalui berbagai platform *digital* (Evangeulista et al., 2023).

Transformasi digital tersebut juga berdampak pada struktur persaingan bisnis yang kian kompetitif, baik di tingkat industri besar maupun sektor usaha kecil. Dalam konteks ini, digitalisasi tidak hanya relevan bagi korporasi besar, tetapi juga menjadi peluang strategis bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, yakni sekitar 61,07% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 97% tenaga kerja nasional (2023). Meskipun begitu, sebagian besar UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam pengambilan keputusan berbasis data. Keterbatasan akses terhadap teknologi, kurangnya keterampilan digital, dan belum optimalnya sistem informasi menjadi hambatan utama dalam beradaptasi dengan dinamika pasar.

Salah satu contoh UMKM yang sedang menghadapi tantangan tersebut adalah UMKM Desa Ngampel, Kecamatan Papar. UMKM ini telah lama beroperasi dan mulai merintis usaha di bidang pembuatan tas. Saat ini, UMKM tersebut terdiri dari sekitar 60 anggota aktif yang terlibat dalam berbagai proses produksi dan pengelolaan usaha. Dalam pengembangannya, mereka mengalami

kesulitan dalam menentukan jenis produk yang paling diminati konsumen. Permasalahan yang dihadapi mencakup fluktuasi permintaan pasar, perubahan tren mode, persaingan dengan produk sejenisnya, serta sistem pengelolaan data yang masih bersifat manual. Pendekatan manual dalam mengelola data preferensi konsumen tidak hanya menyita waktu, tetapi juga rentan terhadap kesalahan. Hal ini berdampak pada ketepatan dalam pengambilan keputusan produk, yang berpotensi menurunkan daya saing usaha.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan sistem yang mampu membantu proses pengambilan keputusan secara cepat, akurat, dan berbasis data. Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah perancangan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) berbasis digital. Sistem ini memungkinkan pelaku usaha untuk menganalisis data penjualan, tren pasar, dan evaluasi produk secara menyeluruh, sehingga keputusan bisnis yang diambil bersifat strategis dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Dengan dukungan teknologi informasi, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional dan merespons dinamika pasar secara lebih adaptif.

Berbagai metode dapat digunakan dalam pembangunan sistem pendukung keputusan, salah satunya adalah metode *Simple Additive Weighting* (SAW). SAW merupakan metode perhitungan berbobot yang mempertimbangkan beberapa kriteria untuk memperoleh hasil penilaian yang objektif. Metode ini dikenal karena kesederhanaannya, fleksibilitas dalam menangani banyak kriteria, dan efektivitasnya dalam menentukan alternatif terbaik. SAW juga sangat sesuai untuk diterapkan pada skala UMKM karena tidak membutuhkan perangkat yang kompleks serta dapat diimplementasikan dalam sistem berbasis web yang mudah digunakan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang dan membangun Sistem Pendukung Keputusan berbasis web menggunakan metode SAW untuk membantu UMKM Desa Ngampel menentukan jenis tas yang paling diminati konsumen. Dengan sistem ini, diharapkan proses dalam pengambilan keputusan menjadi lebih efisien, akurat, dan terstruktur. Selain meningkatkan daya saing, sistem ini juga dapat menjadi model

penerapan teknologi informasi yang dapat diadaptasi oleh UMKM lain dalam mengembangkan strategi bisnis berbasis data.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, Rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana metode SAW dapat digunakan untuk menentukan jenis tas yang paling diminati konsumen secara akurat?
2. Bagaimana mengimplementasikan metode SAW dalam sistem *website* untuk memproses data preferensi konsumen menjadi hasil keputusan yang tepat?
3. Bagaimana sistem yang dirancang dapat memberikan rekomendasi jenis tas yang paling diminati oleh konsumen guna mendukung UMKM Berkah Maju Bersama di Desa Ngampel?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang ingin dicapai, maka ditetapkan beberapa batasan sebagai berikut:

1. Sistem ini dibuat khusus untuk menentukan jenis tas yang paling diminati konsumen dengan lebih akurat
2. Metode yang akan digunakan untuk sistem pendukung keputusan menentukan jenis tas yang paling diminati berdasarkan perangkingan adalah metode SAW.
3. Data yang digunakan dalam sistem berasal dari UMKM Berkah Maju Bersama sistem ini dirancang dalam bentuk *website* yang dapat diakses oleh admin
4. Kriteria yang digunakan dalam menentukan perangkingan tas meliputi kualitas tas (dengan bahan embos dan jali), harga, desain (estetika dan fungsionalitas), dan popularitas (frekuensi pembelian dan tren pasar).

1.4 Tujuan penelitian

Terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu sebagai berikut :

1. Mengevaluasi keakuratan dan efektivitas metode SAW dalam menentukan jenis tas yang paling diminati oleh konsumen.

2. Menerapkan metode SAW ke dalam sistem pendukung keputusan berbasis web secara efisien dan akurat.
3. Merancang sistem yang mampu memberikan rekomendasi produk tas unggulan, sehingga dapat membantu UMKM Berkah Maju Bersama dalam meningkatkan penjualan dan daya saing di pasar.

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti

Memberikan pengalaman praktis dalam mengembangkan dan menerapkan metode SAW dalam sistem pendukung keputusan berbasis web, khususnya dalam konteks penentuan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.

2. Bagi UMKM Berkah Maju Bersama

Membantu dalam mengoptimalkan strategi pemasaran, pengelolaan stok produk yang lebih efisien, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data untuk meningkatkan keuntungan dan daya saing di pasar.

3. Bagi Masyarakat

Memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh produk yang sesuai dengan preferensi mereka, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Ngampel secara umum.