

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemudahan mengakses internet adalah salah satu kemajuan di bidang teknologi komunikasi dengan banyaknya manfaat yang didapat untuk menunjang aktivitas kita sehari-hari. Kebanyakan masyarakat sekarang mulai bergantung pada keberadaan internet karna banyak sekali kemudahan yang ditawarkan oleh internet, Saat ini siapapun mudah mengakses dunia global melalui internet dan memperoleh banyak informasi yang di butuhkan untuk mendukung setiap aktivitasnya. Pemanfaatan teknologi informasi khususnya dalam bidang perdagangan sangat di butuhkan terbukti banyak hal yang bisa menunjang perdagangan dengan adanya teknologi informasi atau internet ini, seperti untuk mempromosikan produk dan layanan dan bahkan kita bisa mencari barang yang ingin kita jual lewat internet. Memasuki era industri 4.0 kita sebagai masyarakat umum harus cepat beradaptasi dalam penggunaan internet karna disamping banyak manfaat bagi kita internet juga mempunyai bahaya jika kita tidak bisa menggunakannya ini seperti pisau bermata dua yang bisa sangat berguna jika digunakan dengan benar maka akan mendapatkan manfaat yang sangat besar tapi begitu juga sebaliknya bisa menjadi ancaman untuk diri sendiri jika tidak bisa menggunakannya dengan baik. Dalam era digital ini kita harus bisa menyesuaikan diri dari tren bisnis yang ada saat ini yaitu daring/internet untuk memudahkan proses jual beli di internet yang sekarang disebut dengan *e-commerce* (Harahap, 2018).

Perkembangan teknologi tidak bisa di hindari lagi termasuk perkembangan ekonomi yang sekarang sudah bisa menjual barang atau jasa lewat *online*. Perkembangan digital ini harus di ikuti oleh setiap individu sehingga bisa bersaing untuk memanfaatkan dengan optimal tidak terkecuali bagi para pedagang atau pemilik toko yang berjualan secara *offline*. Berbelanja *online* sudah tidak bisa dipisahkan dari perilaku keseharian bagi

sebagian orang karena kemudahan yang diberikan, banyak orang yang sering berbelanja *online* seperti keperluan sehari-hari bahkan sebagian orang berbelanja kebutuhan pokoknya di toko *online* hal ini membuktikan bahwa sekarang konsumen lebih memilih untuk menggunakan *marketplace* untuk berbelanja. Tidak heran ketika melihat para pelaku usaha yang mulai berbondong-bondong menjualkan produknya di *marketplace* yang ada. Karena banyak keuntungan yang akan didapat seperti jangkauan market yang lebih luas untuk mengenalkan produk yang dipasarkan sehingga bisa mendatangkan *traffic* yang tinggi bagi penjualan (Print et al., 2023).

Gaya hidup masyarakat semakin modern karena semakin mudah untuk mengakses internet dari berbagai daerah menjadikan menjamurnya toko *online* yang ada semakin banyak tak hanya barang saja yang dijual tetapi berbagai layanan jasa sekarang juga sudah tersedia di toko *online*. Bila dulunya masyarakat terbiasa dengan jual beli konvensional secara bertatap muka langsung dan akhir-akhir ini sebagian besar masyarakat memilih untuk belanja *online* karena banyaknya keuntungan yang ditawarkan sehingga memanjakan pembeli untuk berbelanja apa lagi ada diskon yang cukup besar hampir setiap harinya (Sembiring & Hasugian, 2021). Hal ini harus dimanfaatkan bagi pedagang atau yang ingin mulai usaha membuka toko *online* untuk menjualkan produknya dengan kemudahan yang ditawarkan untuk membuat toko *online* baru karena tidak memerlukan surat perizinan yang harus mengurus seperti membuka kios secara konvensional.

Meskipun berjualan *online* merupakan hal yang kelihatan mudah tapi tidak semua orang bisa untuk berjualan online banyak permasalahan atau resiko yang harus dihadapi untuk memulai berjualan secara online. Dalam memulai jualan *online* masalah pertama yang akan dihadapi oleh penjual online mulai dari pemilihan produk apa yang akan dipasarkan, target pasar yang menjadi sasaran pemasaran produk yang kita jual, ketersediaan produk, kualitas produk, dan juga harga produk karena langkah ini sangat berpengaruh kedepannya untuk kemajuan toko *online* oleh karena itu

pedagang lama yang sudah memiliki toko *online* maupun pedagang baru yang ingin membuka toko *online* bingung akan hal ini terutama dalam pemilihan produk. Itulah beberapa masalah yang membuat orang-orang berpikir ulang untuk membuka usaha berjualan secara *online*. Karena permasalahan itu dibuatkanlah sebuah sistem pendukung keputusan menggunakan metode SMART untuk mendapatkan suatu keputusan menentukan product yang akan dipasarkan di *marketplace* dengan kriteria yang telah di tentukan berdasarkan data yang didapat.

Metode yang digunakan dalam sistem ini yaitu metode Metode SMART (*Simple Multi Attribute Rating Technique*). Metode ini dipilih karena proses metode SMART dirasa cocok untuk permasalahan yang diemukan selain metode pengambilan keputusan yang *fleksibel*. SMART juga lebih banyak digunakan karena kesederhanaanya dalam merespon kebutuhan pembuat keputusan dan caranya menganalisa respon yang cukup mudah untuk dipahami. Analisa yang terlibat metode ini adalah transparan sehingga metode ini memberikan pemahaman masalah yang tinggi dan dapat diterima oleh pembuat keputusan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut dapat di rumuskan dari penelitian ini:

1. Bagaimana merancang dan membuat sebuah sistem pendukung keputusan yang berfungsi untuk memecahkan permasalahan yakni menentukan produk untuk dipasarkan di *marketplace* menggunakan metode smart.
2. Untuk menguji kelayakan sistem pendukung keputusan menentukan produk untuk dipasarkan di *marketplace* menggunakan metode smart.

### 1.3 Batasan Masalah

Untuk menghindari permasalahan yang lebih luas dilakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Metode SMART (*Simple Multi Attribute Rating Technique*). untuk menentukan produk yang akan dipilih untuk dijual di toko online.
2. Data yang diambil merupakan data yang di peroleh dari observasi untuk menentukan kriteria yang akan di masukan ke sistem.
3. Sistem ini hanya bisa digunakan untuk produk yang sejenis untuk direcomendasikan berdasarkan kriteria yang akan ditentukan yang mengacu dari data yang didapat.
4. Mengguankan Bahasa pemrograman *PHP* dan *Mysql* untuk membuat databasenya.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini :

1. Merancang dan membangun sistem informasi untuk menentukan produk yang dipasarkan di *marketplace* menggunakan metode smart.
2. Untuk menguji kelayakan sistem pendukung keputusan menentukan produk untuk dipasarkan di *marketplace* menggunakan metode smart.

### 1.5 Manfaat Penelitian

Dengan berhasilnya tujuan diatas diharapkan mampu untuk membantu para pelaku usaha yang baru terjun ke jualan *online* untuk menentukan produk yang akan di jual di toko onlinenya. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Dengan informasi yang didapat dari sistem pendukung keputusan pelaku usaha *online* pemula mampu untuk menentukan produk yang akan dijual di *marketplace*.
2. Dengan dibuatnya sistem pendukung keputusan ini bisa membantu untuk membuat recana usaha untuk menentukan produk yang di pilih dengan berbagai pertimbangan.