

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang semakin membaik, mengakibatkan Indonesia dijadikan salah satu pangsa pasar strategis oleh para produsen-produsen di dunia. Hal ini didukung pula dengan era globalisasi yang sedang terjadi pada saat ini. Era Globalisasi ini memiliki efek positif yaitu mengakibatkan produsen dapat memperluas pangsa pasarnya di seluruh dunia dengan lebih mudah, namun hal ini juga memiliki dampak negatif yaitu persaingan antar produsen yang semakin meningkat untuk memenangkan pasar di dunia.

Berdasarkan Survei Konsumen Bank Indonesia (SKBI) pada Juni 2019, optimisme konsumen membeli barang tahan lama meningkat khususnya barang elektronik. Dikutip dari laporan survei konsumen pada bulan Juni 2019 oleh Bank Indonesia (BI), saat ini Indeks Kondisi Ekonomi (IKE) Juni 2019 naik menjadi 114,7 yang sebelumnya pada bulan Mei 2019 sebesar 113,5. Adapun peningkatan ini didorong oleh menguatnya keyakinan konsumen membeli barang tahan lama atau *durable goods*. Peningkatan terjadi sebesar 116,6 lebih tinggi dari bulan sebelumnya sebesar 115,6. Jenis barang tahan lama yang mendorong optimisme ini adalah barang elektronik seperti; televisi, laptop, dan *handphone* (Bank Indonesia, 2019).

Perkembangan teknologi menjadikan kebutuhan akan penggunaan perangkat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang *mobile* seperti laptop menjadi sangat tinggi. Hal ini terkait dengan mobilitas dan kemudahan dalam penggunaan. Karena mayoritas masyarakat di Indonesia, selain penggunaan laptop untuk mempermudah dalam pengerjaan tugas bekerja dan belajar, laptop juga berfungsi sebagai sarana hiburan dikala waktu senggang. Fakta tersebut telah diuji kebenarannya dipertengahan tahun 2018 seperti data survey yang telah dilakukan oleh Pusat Penelitian Pengembangan Aplikasi dan Informatika. Perolehan hasil penelitian tersebut dijelaskan pada Tabel 1.1. berikut ini :

Tabel 1.1 Penggunaan Laptop Individu

(dalam %)

Tujuan dan Aktivitas Penggunaan Laptop	<i>Offline</i> n = 2121orang	<i>Online</i> n = 4238 orang
Bekerja	54,55	67,08
Belajar	53,55	34,16
Hiburan	34,94	36,84
<i>Web Browsing</i>	-	74,69
Menggunakan aplikasi <i>online/offline</i>	13,11	24,42
<i>Game</i>	29,47	24,13
Membuat Program Komputer	5,58	33,68
<i>Email/Chatting</i>	-	42,63
Video dan Musik	38,66	31,53

Sumber : Puslitbang Aptika IKP Kominfo (2018)

Untuk penggunaannya laptop saat tidak terhubung dengan internet, dalam survei yang dilakukan dengan 2.121 responden menunjukkan penggunaan untuk bekerja dan belajar memiliki proporsi yang cukup tinggi dan seimbang, masing-masing mencapai 54,55 persen dan 53,65 persen. Penggunaan laptop untuk hiburan sebesar 34,94. Penggunaan laptop saat terhubung dengan internet, dalam survei yang dilakukan dengan 4.238 responden untuk keperluan penggunaan laptop saat aktivitas bekerja memiliki proporsi yang tinggi, yaitu 67,08 persen. Untuk keperluan hiburan, belajar dan komunikasi dibawah 40 persen. Jika dilihat berdasarkan aktivitas penggunaan laptop saat tidak terhubung dengan internet, dalam survei dari 2.121 responden, aktivitas tertinggi ialah menonton video dan mendengarkan musik, yakni 38,66 persen dan yang terendah membuat program komputer hanya 5,58 persen. Adapun untuk aktivitas penggunaan internet saat terhubung dengan internet dengan 4238 responden, aktivitas yang paling banyak dilakukan ialah *web browsing*, sekitar 74,69 persen. Selanjutnya, untuk komunikasi melalui internet sebesar 42,63 persen (Puslitbang Aptika IKP Kominfo, 2018).

Semakin pesatnya perkembangan teknologi saat ini, komputer (khususnya laptop) sudah menjadi kebutuhan manusia sehari-hari. Baik itu dari segi *hardware*, *software* maupun desain serta spesifikasi yang diberikan untuk

konsumen. Fasilitas serta spesifikasi laptop sangat mempengaruhi harga laptop itu sendiri, semakin mahal harga laptop maka semakin baik pula kualitas laptop yang diberikan. Pada saat ini, banyak merek-merek laptop yang ada di pasar teknologi, sehingga hal tersebut memicu persaingan teknologi demi memenuhi kebutuhan manusia. Berdasarkan banyaknya produk yang disajikan mulai dari merek, spesifikasi, *hardware*, dan fungsional dari laptop terkadang membuat seseorang dilema dalam menentukan laptop yang akan dibeli.

Merek-merek terbaik memberikan jaminan mutu. Lebih jauh, sebenarnya merek merupakan nilai *tangible* (berwujud) dan *intangible* (tak berwujud) yang terwakili dalam sebuah merek dagang (*trademark*) yang mampu menciptakan nilai dan pengaruh tersendiri di pasar bila diatur dengan tepat. Dengan berbagai merek laptop yang beredar di pasaran, jelas akan mempengaruhi perilaku konsumen untuk memilih merek dengan berbagai fitur yang ditawarkan oleh penjual (Zaki, 2015:1-2).

Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai bagian dari perilaku konsumen yang bertujuan untuk menentukan proses pengembangan keputusan dalam membeli suatu barang atau jasa dimana individu terlibat secara langsung dalam mendapatkan dan mempergunakan barang atau jasa yang ditawarkan tersebut. Oleh karena itu, kesimpulan terbaik individu untuk melakukan pembelian terbentuk berdasarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Setiap orang sering dihadapkan pada suatu keadaan dimana orang tersebut harus memutuskan untuk memilih satu dari beberapa pilihan yang ada. Suatu masalah dalam kehidupan dapat diselesaikan dengan berbagai cara yang mungkin saja memberikan pemecahan masalah secara langsung atau memberi beberapa alternatif solusi untuk pemecahan masalah.

Sistem pendukung keputusan adalah sebuah alternatif solusi atau alternatif tindakan dari sejumlah alternatif solusi dan tindakan guna menyelesaikan suatu masalah, sehingga masalah tersebut dapat diselesaikan secara efektif dan efisien. Sistem keputusan berfungsi untuk beberapa hal antara lain, sebagai pemahaman secara komprehensif terhadap masalah, sebagai pemberian kerangka berfikir secara sistematis, dapat membimbing, dalam penerapan teknik pengambilan keputusan, dan meningkatkan kualitas suatu keputusan (Situmorang, 2017:15-16).

Untuk mendapatkan laptop yang sesuai harapan itu, tentunya masyarakat atau konsumen harus mengetahui informasi tentang laptop yang dijual. Namun terkadang masyarakat atau konsumen kurang mengingat informasi yang ada, seperti masyarakat atau konsumen tidak mengetahui spesifikasi laptop dari berbagai merk. Oleh karena itu, diperlukan sebuah sistem pendukung keputusan untuk membantu membeli komputer laptop yang akan dibeli sesuai kriteria yang diinginkan. Sejalan dengan itu juga penggunaan komputer saat ini juga meningkat, salah satunya adalah penggunaan komputer dalam memberikan keputusan terbaik pada suatu masalah, dalam hal ini adalah masalah pemilihan laptop.

Dengan mempertimbangkan banyak kriteria dan faktor, diperlukan suatu analisa yang cermat untuk mengolah semua kriteria tersebut, maka diperlukan suatu sistem yang dalam hal ini digunakan sistem pendukung keputusan dengan menggunakan metoda *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk memilih dan mengelompokkan kriteria-kriteria yang dipilih oleh konsumen, sehingga dapat membantu konsumen dalam memilih laptop yang paling tepat, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dapat menentukan pilihan laptop dengan tepat sesuai keinginan, kegunaan dan anggarannya, sehingga Metoda yang digunakan dalam proses pengambilan keputusan ini adalah metoda AHP, yaitu dengan cara membandingkan secara berpasangan setiap kriteria yang dimiliki oleh suatu permasalahan sehingga didapat suatu bobot nilai dari kepentingan tiap kriteria yang ada.

Dimulai dengan proses pendefinisian masalah, pembuatan struktur hierarki yang diawali dengan tujuan umum, dilanjutkan dengan kriteria-kriteria dan alternatif-alternatif, membuat matriks perbandingan berpasangan, menormalkan data, menghitung nilai *eigen vector* dan menguji konsistensinya, menghitung *eigen vector* dari setiap matriks perbandingan berpasangan, serta menguji konsistensi hierarki. Selain itu, untuk mendukung seluruh tahap pengambilan keputusan tersebut, didukung dengan menggunakan *software Expert Choice 2000*, dan diharapkan dapat membantu para konsumen dengan memiliki panduan dalam pemilihan laptop (Sarifah, 2015:1).

Metoda AHP juga memperhitungkan validitas sampai dengan batas toleransi konsistensi dari berbagai kriteria dan alternatif yang dipilih oleh pengambil keputusan. Hal ini digunakan untuk mengantisipasi ketidak konsistenan yang mungkin terjadi. Agar pengguna dapat menentukan pilihan laptop dengan tepat sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang dimiliki. Berbagai merek laptop yang ada saat ini, membuat penelitian mengambil sampel merek laptop yang banyak diminati oleh konsumen saat ini yaitu Acer, Asus, HP dan Toshiba.

Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan pemilihan merek laptop dapat tetap bertahan dipasar atau tidak. Hal tersebut tidak terlepas dari strategi perusahaan dalam menciptakan suatu merek laptop dalam beraneka ragam sehingga konsumen tertarik untuk membeli. Biasanya banyak melakukan pertimbangan karena konsumen ingin mendapatkan laptop yang tidak hanya menarik tetapi kualitas, harga dan lain-lain yang dibutuhkan dan diinginkan. Khususnya bagi pelajar atau mahasiswa yang lebih mementingkan laptop dari segi kapasitas memori, kapasitas *harddisk*, dan ukuran layar guna menyelesaikan tugas perkuliahan sehari-hari. Kriteria laptop yang dipilih oleh mahasiswa merupakan kebutuhan dasar agar mahasiswa dapat menyimpan dokumen-dokumen penting.

Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai bagaimana penggunaan sistem pendukung keputusan pemilihan merek laptop jika menggunakan metoda AHP bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta.

1.1. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana melakukan pembobotan dari setiap kriteria untuk pemilihan merek laptop Acer, laptop Asus, laptop *Hewlett Packard* (HP) dan laptop Toshiba berdasarkan metoda *analytical Hierarchy Process* (AHP) ?
2. Bagaimana urutan prioritas kriteria dan alternatif dalam pemilihan laptop untuk mahasiswa STEI Jakarta ?
3. Variabel mana yang paling penting berdasarkan perhitungan normalisasi matriks ?

