

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia bisnis, hubungan antara harga atau nilai dengan kegunaan sangatlah erat. Signifikansinya barang atau jasa memiliki nilai harga atau nilai tukar dikarenakan setiap pembelian oleh konsumen mempunyai manfaat tersendiri (Diah dkk, 2020). Uang menjadi alat nilai tukar yang lazim digunakan antara pembeli dan penjual, besaran uang yang digunakan dalam transaksi tersebut mencerminkan nilai harga dari suatu barang dan harga suatu barang ditentukan oleh penjual atau pelaku bisnis serta pembeli (Diah dkk, 2020).

Penetapan harga jual perlu adanya pertimbangan yang mendalam guna mendapatkan harga jual yang cocok dengan keinginan dan tujuan dari bisnis yang dilaksanakan. Penetapan harga jual juga merupakan keputusan yang sangat tidak mudah karena faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor tersebut memuat pertimbangan harga jual agar dapat diterima oleh konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli barang tersebut (Ambardi dkk, 2023).

Dengan situasi saat ini, nilai sebuah barang terutama pakaian semakin meningkat, sehingga orang-orang dengan kelas menengah ke bawah menghadapi kesulitan untuk memenuhi kebutuhan pakaian. Sebagai solusi dari masalah ini, muncul berbagai bisnis barang *preloved*, yang menawarkan peluang besar karena adanya fenomena sifat konsumtif, permintaan dan penawaran yang berpengaruh, pangsa pasar yang ada, dan perkembangan bisnis yang didorong oleh pengaruh jaman (Ambardi dkk, 2023).

Istilah "barang *preloved*" mengacu pada barang yang sudah memiliki pemilik sebelumnya. *Oxford Dictionaries* (2018) menjelaskan bahwa *preloved* berarti barang bekas atau kedua. Umumnya, barang ini masih dalam kondisi baik karena diperlakukan dengan baik oleh pemilik sebelumnya, tetapi sekarang jarang digunakan atau tidak digunakan sama sekali. Berbagai jenis barang *preloved* yang dijual mencakup pakaian dengan merek Gaudi, Logo, dan Zara, sedangkan dari kosmetik ada merek Make Over, Revlon, dan Maybelline, serta tas dengan merek Charles and Keith, Channel, dan Gucci, serta masih banyak lainnya. Meskipun

barang-barang ini adalah barang *preloved* yang dijual dengan harga lebih terjangkau oleh pemilik pertamanya, bukan berarti mereka memiliki kualitas yang rendah. Kualitas barang *preloved* bervariasi, dan semakin baik kondisinya dari kriteria kondisi apa adanya, baik, sangat baik, sangat-sangat baik, hingga seperti baru, semakin tinggi pula harga jualnya (Effrianti, 2020).

Menjual produk bekas menjadi tantangan besar bagi penjual untuk menetapkan harga efektif untuk barang bekas. Dengan demikian, itu akan menjadi besar bantuan untuk penjual dalam menentukan sebuah harga jual sebuah produk dan tidak akan memberikan harga dengan napa yang diinginkan penjual (Han, 2023).

Penjual produk *preloved* terkadang memberikan sebuah harga terhadap produk yang dia jual hanya dengan menalar ataupun melihat kelebihan dan kekurangan terhadap produknya sendiri (Diah dkk, 2020). Masalah yang didapatkan dari penelitian ini didapatkan terhadap ketidak konsistenan para pelaku penjual produk *preloved* dimana para penjual tidak konsisten dalam menentukan harga jual dari produk *preloved* tersebut, contohnya seperti pada kutipan seorang penjual dimana berkata Pemilik usaha @Bekasberkualitaz berikut:

Diah dkk (2020) mengemukakan bahwa Dalam menentukan harga jual, kita menghitung harga beli dan menambahkan keuntungan, misalnya 50%. Jadi, jika harga beli adalah 150 ribu, kita tinggal menambahkan kira-kira 50% keuntungan saja untuk mendapatkan harga jualnya. Tentu saja, jika kondisi barang masih sangat bagus, kita bisa menaikkan keuntungan sedikit atas kemauan kita. Sebaliknya, jika ada cacat pada barang bekas, keuntungannya bisa dikurangi sesuai dengan kondisinya berapa saja.

Berdasarkan kutipan di atas kita bisa menemukan masalah dimana penjual tidak bisa konsisten atau terkadang bingung dalam menjual harga jual dari produk *preloved* tersebut karena setiap mau menjual barang tidak ditentukan secara prosedural akan tetapi ingin menjualnya hanya dengan melakukan penalaran (Diah dkk, 2020).

Dalam menentukan rekomendasi harga jual barang bekas diperlukan beberapa atribut yang perlu diperhatikan ketika ingin menjual ataupun mau membeli barang bekas tersebut karena banyaknya permintaan para penjual barang bekas untuk menentukan harga yang efektif (Han, 2023). Atribut produk merupakan elemen yang dianggap sangat penting oleh konsumen dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian (Tjiptono, 2015). Atribut produk yang dipertimbangkan pembeli pada saat membeli produk biasanya seperti, harga,

kualitas, kelengkapan fungsi (fitur), popularitas, desain, tahun, *material*, merek, dan masih banyak lagi (Angelina dkk, 2023). Setelah menentukan sumber-sumber penentu untuk membantu pencarian rekomendasi harga penelitian ini akan menggunakan sebuah metode sistem pendukung keputusan dimana metode ini akan membantu para penggunanya untuk menentukan rekomendasi harga pada produk *preloved*. Metode yang akan digunakan adalah *Multiple Attribute Decision Making* (MADM) yang dimana metode ini merupakan suatu teknik sistem pendukung keputusan yang digunakan untuk membantu pengambilan keputusan yang kompleks dengan mempertimbangkan beberapa kriteria atau atribut yang relevan dalam menentukan harga jual barang bekas (Febriani, 2015).

Pada penelitian ini digunakan sebuah teknik dengan metode *Multiple Attribute Decision Making* (MADM) dengan model *Simple Additive Weighting* (SAW) untuk menentukan rekomendasi harga jual barang bekas. Selain mempermudah keputusan dalam menentukan rekomendasi harga jual, dengan MADM ini faktor-faktor tersebut dapat diorganisasi dan dihitung secara sistematis sehingga mempermudah pembeli atau para penjual dalam pengambilan keputusan terkait rekomendasi harga yang akan ditaksir.

Proses MADM dilakukan melalui tiga tahap, yaitu penyusunan komponen-komponen, situasi, analisis, dan sintesis informasi (Pradipta dkk, 2020). Sebagian besar pendekatan MADM dilakukan melalui dua langkah, yaitu pertama melakukan agregasi keputusan-keputusan yang tanggap terhadap semua tujuan pada setiap alternatif dan kedua melakukan perankingan alternatif-alternatif keputusan tersebut berdasarkan hasil agregasi keputusan. Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa masalah MADM adalah mengevaluasi  $m$  alternatif  $A_i$  ( $i=1,2,\dots,m$ ) terhadap sekumpulan atribut atau kriteria  $C_j$  ( $j=1,2,\dots,n$ ), dimana setiap atribut saling tidak bergantung satu dengan yang lainnya. Namun menurut Mailasari, (2016) MADM didefinisikan bahwa pilihan A adalah alternatif-alternatif keputusan dan pilihan C adalah himpunan tujuan yang diharapkan, maka akan ditentukan alternatif X yang memiliki derajat paling tinggi dalam menentukan tujuan yang relevan. Maka dari itu kenapa model MADM akan diambil selain dari penelitian-penelitian terdahulunya untuk mendukung keputusan harga jual *preloved* (Alhibarsyah, 2020)

Metode *Multiple Attribute Decision Making* (MADM) adalah salah satu kategori dari *Multi-Criteria Decision Making* (MCDM). MADM ini adalah pengambilan keputusan (seperti evaluasi, prioritas, dan seleksi) dari beberapa kriteria yang tersedia oleh banyak atribut yang biasa terjadi konflik antar atribut. MADM ini juga diketahui cabang dari model *Operation Research* (OR) yang menangani masalah tentang keputusan dari kriteria-kriteria yang tersedia (Febriani, 2015). Dalam rangka memfasilitasi transaksi dalam kegiatan penjualan produk *preloved*, penelitian ini akan mengembangkan sebuah aplikasi pendukung keputusan. Aplikasi ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi harga jual produk *preloved* kepada para pengguna, dengan menerapkan metode MADM menggunakan model SAW. Proses pengembangan perangkat lunak akan mengikuti metode *Waterfall*, memastikan struktur dan urutan pembuatan aplikasi yang terorganisir. Langkah berikutnya melibatkan pengujian perangkat lunak menggunakan metode *blackbox testing*, yang bertujuan mengidentifikasi potensi kelemahan dalam aplikasi dan memperbaikinya selama proses pengembangan. Kemudian, aplikasi ini akan mengikuti tahap pengujian kegunaan dengan metode *System Usability Scale* (SUS), di mana para responden akan menjawab 10 pertanyaan yang mengukur tingkat kepuasan, kemudahan penggunaan, konsistensi, dan efisiensi perihal aplikasi yang telah dibuat. Dengan demikian, penelitian ini berjudul "Sistem Pendukung Keputusan Harga Jual Produk Preloved Menggunakan Model Multiple Attribute Decision Making (MADM)".

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan sistem pendukung keputusan penentuan harga jual *preloved* menggunakan model MADM?
2. Bagaimana hasil pengujian penentuan harga jual *preloved* dengan model MADM?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Selanjutnya tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Memberikan rekomendasi harga jual *preloved* menggunakan metode MADM.
2. Mengetahui hasil harga yang ditaksir oleh sistem dengan angka yang dihasilkan oleh MADM.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis :
  - a) Memberikan hasil rekomendasi harga produk *preloved* yang telah ditaksir oleh sistem menggunakan metode MADM.
2. Manfaat Praktis :
  - a) Bagi Peneliti : Mendapatkan ilmu untuk menggunakan metode MADM dengan model SAW
  - b) Bagi Para Penjual *Preloved* : Mendapatkan rekomendasi harga untuk sebuah produk yang akan dijual berdasarkan kriteria.

#### 1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Rancangan yang dibuat, diimplementasikan, dan diuji hanya pada media yang terpasang aplikasi saja.
2. Penelitian yang dilakukan hanya berfokus pada pencarian rekomendasi harga jual produk yang dipengaruhi oleh kriteria tahun, kualitas, merek, popularitas, harga awal dari produk.
3. Penelitian ini hanya berfokus pada model sistem pendukung keputusan saja yaitu, *Simple Additive Weighting* (SAW).
4. Metode pengujian SUS difokuskan kepada para pengguna yang pernah menjual barang *preloved*.

#### 1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini mengangkat judul “Sistem Pendukung Keputusan Harga Jual Produk *Preloved* Dengan Menggunakan Metode *Multiple Attribute Decision*

*Making (MADM)*”, untuk dapat menyajikan penjelasan yang sistematis serta dapat memberikan gambaran kandungan dari setiap Bab dalam penelitian ini, sistematika penulisan pada penelitian ini terdiri dari Bab I hingga Bab V. Berikut merupakan sistematika dari penulisan skripsi ini antara lain sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab satu berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian .

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab dua menjelaskan penelitian terdahulu dan teori apa saja yang berhubungan dengan konsep dan teori tentang dasar materi terkait dan digunakan untuk penelitian yang diteliti untuk membuat skripsi.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bagian ini menjelaskan berbagai teknik yang akan diterapkan untuk menemukan solusi atas permasalahan yang telah dirumuskan. Bagian ini mencakup rancangan penelitian yang digunakan, langkah-langkah yang akan diambil dalam penelitian, serta peralatan yang diperlukan untuk melaksanakan penelitian ini.

## **BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab empat berisikan hasil sistem pendukung keputusan dari analisis dan perancangan sistem yang telah dibuat serta cara menggunakan aplikasi.

## **BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dan saran yang dapat diberikan untuk perangkat lunak ini untuk kemudian dapat dikembangkan.