

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada perkembangan zaman yang semakin canggih ini aktivitas bisnis merupakan fenomena yang sangat kompleks karena mencakup berbagai bidang yang terdiri dari hukum, ekonomi, politik, dan teknologi yang menjadi suatu keharusan yang harus masyarakat pahami dalam aktivitas keseharian. Dalam kehidupan masyarakat, seringkali dapat dilihat bahwa aktivitas manusia dalam dunia bisnis tidak lepas dari dunia online.

Oleh sebab itu gaya hidup masyarakat saat ini ikut berubah karena pengaruh dari perkembangan teknologi tersebut, salah satu yang paling mencolok dari perkembangan teknologi tersebut adalah *gadget* dan kecenderungan beraktivitas didunia maya seperti berbelanja secara *online* atau lebih sering disebut dengan *online shopping*.

E-Commerce memberikan manfaat bagi perusahaan sehingga akan menjadi keunggulan kompetitif bagi perusahaan yang mengaplikasikannya. Lembaga atau perusahaan yang mengaplikasikan *E-commerce* dalam kegiatan penjualan atau perdagangannya biasa dikenal dengan nama Toko *Online* atau *Online Shop*. (Rudy, Wahyudiarti, Megaputri, & Wihardini, 2008).

Online Shopping adalah kegiatan jual beli atau perdagangan elektronik yang memungkinkan konsumen untuk dapat langsung membeli barang atau jasa dari

penjual melalui media internet menggunakan sebuah *web browser*. *Online shopping* membuat kita semakin mudah berbelanja tanpa menghabiskan waktu dan tenaga.

Transaksi *online* merupakan salah satu aplikasi kemajuan teknologi informasi yang penggunaannya sangat *intens* akhir-akhir ini. Pada awal munculnya, orang tidak begitu yakin melakukan transaksi *online* karena dalam transaksi *online*, seseorang sepenuhnya bergantung pada kepercayaan atas informasi yang disampaikan pemilik dalam *website* tersebut dan pengunjung *website* tidak bisa melihat secara kasat mata tentang produk yang ditawarkan (Buttner & Goritz, 2008). Namun pada kenyataannya transaksi *online* terus meningkat dengan pesat. Jumlah pembeli *online* di Indonesia dari tahun ke tahun terus meningkat, demikian juga jumlah toko online (*online shop*) di berbagai media *online* meningkat tajam. Peluang toko *online* semakin terbuka luas namun persaingan juga semakin insentif. Pemilik toko *online* harus mengetahui dan memenuhi keinginan pelanggan agar percaya dan menjadi pelanggan yang loyal. Tantangan tersebut tidaklah mudah, ibarat toko yang bersaing mendapatkan pelanggan dari orang – orang yang berkunjung (Siagian & Cahyono, 2014: 55).

Pemilihan distributor yang tepat merupakan permasalahan utama bagi *online shop* karena distributor merupakan mitra bisnis yang penting dalam memasok persediaan barang bagi penjual *online shop*. Ada beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam memilih distributor, seperti kualitas tas yang akan dijual, harga tas yang terjangkau, dan kualitas pelayanan yang responsif. Ketiga aspek ini adalah hal yang penting karena dapat mempengaruhi penjual dalam memasarkan tas. Selain itu juga berdampak pada lamanya hubungan kerja sama antara penjual

dengan distributor. Ada beberapa masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu, tidak mudahnya dalam memilih distributor tas yang tepat untuk *reseller* atau penjual untuk berjualan secara *online shop*. Proses membuat keputusan yang manual masih sering terjadi kesalahan dalam memilih distributor dan juga minimnya pengetahuan *purchaser* sebuah perusahaan dalam menentukan aspek penting untuk menentukan distributor yang tepat.

Logika *Fuzzy* merupakan salah satu pembentuk *soft computing*. Logika *fuzzy* pertama kali diperkenalkan oleh Pro`f. Lotfi A. Zadeh pada tahun 1965. Dasar logika *fuzzy* adalah teori himpunan *fuzzy*. *Fuzzy* adalah sebuah system kontrol untuk pemecahan masalah berbasis akuisisi data. Logika *Fuzzy* dapat menilai atau menentukan suatu kriteria yang akan di pilih. Yang artinya adalah bisa saja suatu keadaan mempunyai nilai “Ya dan Tidak”, atau menentukan keadaan suatu kelayakan seperti “Layak dan Tidak Layak” , “Baik dan Buruk” secara bersamaan , tergantung besar nilainya pada bobot keadaan tersebut. Dalam logika *fuzzy* dapat juga kita gunakan untuk memprediksi bahan yang akan kita uji atau kita teliti.

Terdapat beberapa jenis logika *fuzzy* yang dikenal yaitu Mamdani, Takagi-Sugeno dan Tsukamoto. Dari penelitian ini peneliti menggunakan metode sugeno untuk menentukan distributor tas yang cocok untuk pelanggan atau *reseller*.

Berdasarkan kesimpulan latar belakang masalah tersebut, penelitian ini akan menentukan permasalahan di perusahaan PT Putra Indo Cahaya dengan judul **“Penerapan Logika Fuzzy Pemilihan Distributor Tas Dengan Menggunakan Metode Sugeno Pada PT Putra Indo Cahaya”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dijabarkan diatas, maka dapat diidentifikasi permasalahan pada penelitian ini, yaitu:

1. Tidak mudahnya dalam memilih distributor tas yang tepat.
2. Proses membuat keputusan yang manual masih sering terjadi kesalahan dalam memilih distributor.
3. Minimnya pengetahuan *purchaser* sebuah perusahaan dalam menentukan aspek penting untuk menentukan distributor yang tepat.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah, batasan masalah yang akan dibahas :

1. Tempat penelitian dilakukan di PT Putra Indo Cahaya Batam.
2. Untuk menentukan pemilihan distributor tas pada PT Putra Indo Cahaya menggunakan logika *fuzzy* metode sugeno.
3. Simulasi perhitungan data menggunakan aplikasi MATLAB.
4. Untuk menambah data yang telah didapatkan, penelitian ini akan mengambil referensi buku dan referensi jurnal.
5. Terdapat 3 variabel yang akan dipakai nantinya yaitu, kualitas produk , harga produk dan kualitas pelayanan. Setiap variabel memiliki 3 himpunan fuzzy , yaitu untuk kualitas produk memiliki himpunan fuzzy, jelek, cukup, dan bagus. Untuk harga produk memiliki himpunan fuzzy tinggi, menengah dan rendah. Dan untuk kualitas pelayanan memiliki himpunan fuzzy buruk,

sedang dan baik. Keputusan yang dihasilkan nantinya akan menghasilkan output layak atau tidak layak.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini antara lain:

1. Bagaimana menentukan pemilihan distributor tas dengan menggunakan metode sugeno pada PT Putra Indo Cahaya?
2. Bagaimana mengimplementasikan logika *fuzzy* dalam pemilihan distributor tas?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini selain sebagai pemenuhan tugas skripsi, penelitian ini juga bertujuan:

1. Untuk menentukan pemilihan distributor tas dengan menggunakan metode sugeno pada PT Putra Indo Cahaya.
2. Untuk mengimplementasikan logika *fuzzy* dalam memilih distributor tas.

1.6 Manfaat Penelitian

Untuk mengetahui tentang bagaimana menentukan salah satu distributor tas dengan menggunakan metode sugeno dalam penelitian ini. Hasil Penelitian ini bisa dijadikan informasi dan dapat diharapkan memperoleh hasil yang bisa menentukan distributor mana yang bisa dipilih dengan keinginan yang di inginkan oleh *reseller* atau pelanggan yang ada.