

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar Penelitian

2.1.1 Perawatan Kulit (*Skincare*)

Selain merias diri dengan produk kosmetik, saat ini wanita juga semakin memperhatikan kesehatan kulit wajah dan tubuh mereka. Hal ini biasanya disebut dengan penggunaan skincare. Setiap hari, banyak brand yang menawarkan berbagai produk mereka, tidak hanya dari luar negeri, tetapi produk lokal juga berkembang semakin pesat. (Fadiyah Arsyah et al., n.d., 2024). *Skincare* adalah kegiatan merawat kulit dengan menggunakan bahan-bahan khusus, terutama untuk wajah (Azizah & Rozi, 2024). Skincare mencakup berbagai produk seperti pembersih, pelembab, serum, toner, dan masker, serta teknik seperti pembersihan, eksfoliasi, dan penggunaan tabir surya. Tujuan utama skincare adalah untuk menjaga kebersihan, kelembapan, dan kesehatan kulit, serta mencegah dan mengatasi masalah seperti jerawat, penuaan dini, dan hiperpigmentasi.

2.1.2 Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen adalah kecenderungan yang dimiliki oleh konsumen dalam memilih merek produk, yang dibentuk berdasarkan evaluasi terhadap berbagai merek yang tersedia. Dapat disimpulkan

bahwa dari dapat preferensi konsumen muncul akibat adanya sikap yang melatar belakangi pembelian produk baik internal maupun eksternal. Preferensi konsumen dapat diartikan sebagai nilai - nilai yang diamati pembeli sebelum menentukan suatu pilihan (Gunawan et al., 2024). Berdasarkan preferensi konsumen terhadap promosi oleh (Siti Rabiah & Anggriany Stefany, 2022), Promosi menjadi atribut dengan nilai tertinggi dalam hasil analisis conjoint, di mana sub-atribut potongan harga menempati peringkat pertama. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen setuju bahwa preferensi mereka sangat berpengaruh positif terhadap efektivitas promosi produk skincare lokal.

2.1.3 Sistem Pendukung Keputusan

Sistem Pendukung Keputusan (SPK) atau *Decision Support System* (DSS) adalah sebuah sistem informasi yang dilengkapi dengan kemampuan untuk mengelola, memodelkan, dan memanipulasi data. Sistem ini dirancang untuk membantu para pengambil keputusan dalam menghadapi situasi yang bersifat semi-terstruktur maupun tidak terstruktur, yaitu kondisi di mana tidak ada satu pun pihak yang mengetahui secara pasti bagaimana keputusan seharusnya diambil. (Rakasiwi et al., 2021). Sistem ini mengolah data dan memberikan pilihan solusi agar keputusan bisa dibuat dengan lebih cepat dan tepat. Sistem pendukung keputusan merupakan sistem interaktif berbasis

komputer yang dirancang untuk membantu pengambil keputusan dalam menyelesaikan permasalahan yang bersifat tidak terstruktur, dengan memanfaatkan data dan model sebagai dasar pertimbangannya (Malau, 2020).

DSS bertujuan untuk memberikan informasi, bimbingan, prediksi dan arahan kepada pengguna agar lebih baik dalam mengambil Keputusan (Ermawita & Fauzi, n.d., 2024). Memiliki banyak informasi saja belum cukup, yang terpenting adalah kemampuan untuk mengolah informasi tersebut secara cepat menjadi alternatif keputusan yang terbaik. Keputusan yang diambil dengan cepat, tepat sasaran, dan dapat dipertanggungjawabkan merupakan kunci utama dalam meraih keberhasilan, khususnya dalam menghadapi persaingan global di masa depan. (Malau, 2020).

Sistem pendukung Keputusan menurut (Haridison Siagian, 2023) merupakan model berbasis prosedur, alat berbasis komputer, atau sistem yang dirancang untuk mengolah dan menyajikan informasi berperan penting dalam membantu pengambil keputusan untuk memperoleh keputusan yang tepat dan berkualitas.. Sistem pendukung keputusan juga memiliki beberapa karakteristik yakni sebagai berikut:

- 1) Dukungan untuk pengambilan keputusan, terutama pada situasi semi struktural dan tak terstruktur, dengan menyertakan penilai manusia dan informasi terkomputerisasi. Masalah–masalah tersebut tidak dapat

dipecahkan oleh sistem komputer lain atau oleh metode atau alat kuantitatif standar.

- 2) Dukungan untuk semua level manajerial, dari eksekutif puncak sampai manajer ini.
- 3) Dukungan untuk individu dan kelompok. masalah yang kurang terstruktur sering memerlukan keterlibatan individu dari departemen dan tingkat organisasional yang berbeda atau bahkan dari organisasi lain. SPK mendukung tim virtual melalui alat-alat web kolaboratif.
- 4) Dukungan untuk keputusan independen dan/atau sekuensial. Keputusan dapat dibuat satu kali atau berulang.
- 5) Dukungan di semua fase proses pengambilan keputusan inteligensi, desain, pilihan, dan implementasi.

2.1.4 Profile Matching

Metode *profile matching* merupakan salah satu metode yang umum digunakan dalam proses pengambilan keputusan, dengan asumsi bahwa terdapat tingkat ideal dari variabel prediktor yang harus dipenuhi oleh subjek yang dinilai, bukan sekadar memenuhi atau melampaui batas minimum yang telah ditentukan (Apriani, 2021). Metode *profile matching* yang biasanya disebut dengan metode pencocokan profil yaitu merupakan suatu metode untuk mengambil keputusan yang dimana data dianalisis, dicocokkan, dibandingkan sesuai dengan nilai target yang diberikan dan hasil berupa perbandingan. Pemilihan metode *profile matching* dalam

proses pengambilan keputusan, sebagaimana dijelaskan dalam beberapa penelitian, didasarkan pada kemampuannya sebagai instrumen dinamis yang dapat digunakan secara berulang. Metode ini mengacu pada pencapaian tingkat optimal dari setiap indikator yang diharapkan dapat dipenuhi oleh subjek yang dinilai, bukan sekadar memenuhi standar minimum yang ditetapkan. (Anin et al., 2023).

Metode ini banyak digunakan sebagai penunjang keputusan untuk pemilihan karyawan terbaik atau rekomendasi dan semacamnya, karena metode ini cukup efisien bagi penelitiannya. Berikut merupakan keunggulan dari profile matching yakni:

1. Metode ini lebih objektif dan terstruktur sehingga hasil yang dikeluarkan lebih akurat dan bukan bayangan semata
2. Meminimalisir terjadinya kesalahan dalam pemilihan pada hasil akhir, karena menggunakan proses pemilihan yang jelas dari awal hingga akhir
3. Dapat mempermudah dan mempercepat keputusan, meminimalisir terjadinya *trial errors* dan tanpa menerka-nerka.

Metode *Profile Matching* adalah salah satu teknik yang digunakan dalam pengambilan keputusan untuk memperoleh hasil yang lebih optimal dari setiap alternatif yang tersedia. Dalam metode ini, data dari masing-masing alternatif akan diproses melalui tahapan pembobotan dan perengkingan guna menentukan pilihan yang paling sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan

(Haridison Siagian, 2023). Menurut (Siahaan & Lubis, 2025), Dalam proses *profile matching*, dilakukan perbandingan antara kompetensi individu dengan kompetensi yang dipersyaratkan oleh suatu posisi atau jabatan. Selisih antara keduanya dikenal sebagai GAP. Semakin kecil nilai GAP yang diperoleh, maka semakin besar bobot nilainya, yang menunjukkan bahwa individu tersebut memiliki peluang lebih besar untuk menempati posisi yang dimaksud. Berikut merupakan tahapan dari metode *Profile Matching* yaitu:

1. Nilai Rata-rata Gap (*Average Difference*)

Merupakan aspek kompetensi, kriteria, dan lain-lain kemudian hitung selisih (gap) antara profil kandidat dan profil ideal.

$$\text{Rata-rata Gap} = \frac{\sum \text{Nilai Gap}}{\text{Jumlah Aspek}}$$

Rumus 2.1 Menghitung GAP

2. Pembobotan *Core Factor* dan *Secondary Factor*

Setiap aspek biasanya dikategorikan sebagai *Core Factor* (CF) jika dianggap sangat penting dan *Secondary Factor* (SF) jika dianggap kurang penting namun tetap relevan. Bobot diberikan untuk kedua jenis faktor ini. Jumlah bobot CF dan SF biasanya adalah 1 (atau 100%).

3. Nilai Rata-rata *Core Factor* (*Average Core Factor Rating*)

Nilai rata-rata gap untuk aspek-aspek yang termasuk dalam Core Factor.

Rumusnya adalah:

$$\text{Rata-rata CF} = \frac{\sum \text{Nilai Gap CF}}{\text{Jumlah CF}}$$

Rumus 2.2 Nilai Rata-rata Core Factor

4. Nilai Rata-rata *Secondary Factor* (*Average Secondary Factor Rating*)

Nilai rata-rata gap untuk aspek-aspek yang termasuk dalam *Secondary Factor*.

Rumusnya adalah:

$$\text{Rata-rata SF} = \frac{\sum \text{Nilai Gap SF}}{\text{Jumlah SF}}$$

Rumus 2.3 Nilai Rata-rata *Secondary Factor*

5. Nilai Total (*Overall Match Value*)

Nilai akhir yang menunjukkan tingkat kecocokan profil kandidat dengan profil ideal. Nilai ini dihitung dengan menggabungkan nilai rata-rata *Core Factor* dan *Secondary Factor* berdasarkan bobotnya.

Rumusnya adalah:

$$\text{Nilai Total} = (\text{Bobot CF} \times \text{Rata-rata CF}) + (\text{Bobot SF} \times \text{Rata-rata SF})$$

Rumus 2.4 Nilai Total (*Overall Match Value*)

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian dilakukan oleh (Siahaan & Lubis, 2025), memanfaatkan riset dengan metode *Profile Matching* untuk Rekomendasi Pemilihan Skincare Pada Jenis Kulit Wajah Berminyak. Hasil dari penelitian ini menyatakan Sistem pendukung keputusan ini dirancang untuk memberikan rekomendasi produk *skincare* yang sesuai untuk jenis kulit berminyak, sehingga memudahkan pengguna dalam memilih produk yang tepat. Sistem ini membantu dalam proses pengambilan keputusan terkait *skincare* untuk kulit berminyak. Hasil pengujian akhir menunjukkan korelasi sebesar 0,4, yang berarti tingkat korelasinya sedang. Riset berikutnya *profile matching* dapat digunakan pada pemilihan bibit Tanaman karet (Natalius Harefa & Sianturi, 2021). Hasilnya menyatakan bahwa Sistem ini mempermudah PT. Asri Jaya ditempat objek penelitian tersebut terbantu dalam keputusan leveransir dan kontraktor pembibitan tanaman karet dan sawit dalam memilih bibit karet berkualitas tinggi untuk penjualan atau penanaman langsung di perkebunan. Dibandingkan metode manual, sistem ini bekerja dengan cepat dan mudah diakses oleh pengambil keputusan, seperti direktur, untuk menentukan bibit terbaik.

Penelitian berikutnya (Pasaribu & Nuroji, 2023), menggunakan *Profile Matching* dalam melihat pelanggan terbaik, berdasarkan sistem pendukung keputusan yang diterapkan secara otomatis dan terkomputerisasi, perusahaan berhasil menentukan pelanggan terbaik berdasarkan kriteria total pembayaran,

frekuensi pembelian, dan jenis pembayaran. Metode ini juga cocok diterapkan pada rekomendasi tempat wisata, riset dilakukan oleh (Fauzi et al., 2020). Peneliti sebelumnya mengkolaborasikan dengan Simple *Multi Attribute Rating Technique* (SMART) dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan metode *Profile Matching* dan *Simple Multi Attribute Rating Technique* (SMART) dalam Sistem Pendukung Keputusan (SPK) berhasil diimplementasikan dan memberikan hasil perhitungan yang akurat. SPK ini terbukti berkinerja baik dan mempermudah pengambilan keputusan dalam merekomendasikan tempat wisata yang sesuai dengan preferensi wisatawan. Sistem ini menghasilkan prioritas objek wisata berdasarkan skala bobot preferensi wisatawan terhadap faktor biaya, fasilitas, akses jalan, dan jumlah pengunjung, serta nilai profil dari setiap objek wisata. Riset berikutnya memanfaatkan *Profile Matching* sebagai Sistem Pendukung Keputusan Penerimaan Mahasiswa Baru Kader Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (Umar et al., 2022), dalam hasil penelitian ini sistem penunjang keputusan yang digunakan memberikan rekomendasi objektif dengan langkah yang tepat agar dapat menentukan calon anggota IMM yang terbaik. Dari penelitian ini membuktikan *Profile Matching* dapat digunakan untuk menentukan keputusan dengan berbagai kriteria seperti nilai hasil tes dari organisasi ataupun lembaga, dan hasilnya terdapat tiga peserta yang tidak lolos seleksi dengan skor dibawah 3,4.

Metode *Profile Matching* diriset oleh (R. Setiawan, 2023) dalam pemilihan E-wallet Terbaik, menghasilkan data bahwa Penelitian terhadap 17 pemilik bisnis *online* di Twitter menggunakan *ShopeePay*, oleh karena ini *ShopeePay* terpilih

sebagai *e-wallet* terbaik. Kesimpulan ini didasarkan pada kriteria kemudahan (dengan sub-kriteria tampilan, *top-up*, fitur, dan pembayaran) dan keamanan (dengan sub-kriteria penyimpanan, transfer, PIN, dan riwayat transaksi). Kolaborasi metode Metode *Forward Chaining* Dan *Profile Matching* pada histori penelitian (Salma Nuraini et al., 2024), menyimpulkan bahwa sebuah sistem rekomendasi produk *sunscreen* berbasis *website* berhasil dibangun dengan mengintegrasikan metode *forward chaining* dan *profile matching*. Metode *forward chaining* berperan dalam mendiagnosis jenis kulit pengguna melalui serangkaian pertanyaan gejala dengan jawaban "Ya" atau "Tidak" setelah pengisian identitas. Selanjutnya, metode *profile matching* digunakan untuk merekomendasikan produk *sunscreen*. Pengguna akan diminta mengisi nilai preferensi pada berbagai kriteria pemilihan *sunscreen*, dan sistem akan merangking produk berdasarkan nilai akhir, di mana produk dengan nilai tertinggi menjadi rekomendasi utama.

Sistem Pendukung Keputusan seleksi pemain futsal menggunakan Metode *Profile Matching* menunjukan hasil Pertama, metode ini menekankan adanya standar ideal untuk setiap faktor penilaian yang harus dipenuhi oleh pemain, bukan hanya batas minimal. Kedua, pengujian sistem dengan 30 data yang bervariasi memperlihatkan bahwa metode *Profile Matching* mampu memberikan keputusan dengan tingkat akurasi yang tinggi, yaitu sebesar 86,6% (H. Setiawan et al., 2022). Penilaian Kinerja Driver menafaatkan *profile matching* sehingga membantu dalam penilaian secara akurat mencerminkan kinerja individual setiap pengemudi berdasarkan nilai-nilai kinerja yang terukur. Lebih lanjut, informasi dari penilaian

ini memungkinkan upaya peningkatan kinerja secara terarah bagi pengemudi dengan peringkat lebih rendah melalui pengembangan pada berbagai aspek atau variabel penilaian yang relevan (Kurniawan et al., 2021)

Penelitian menyimpulkan bahwa konstruksi sosial remaja putri, yang dibentuk oleh status sosial, jenis media yang digunakan, dan lingkungan sosial, secara signifikan memengaruhi pola konsumsi produk skincare, menyoroti betapa krusialnya faktor sosial budaya dalam membentuk preferensi produk perawatan kulit di kalangan siswi sekolah menengah atas, pernyataan ini adalah bukti riset sebelumnya dalam pemanfaatan metode profile Matching (Purwandari et al., 2024). Riset dari penelitian pada pengembangan sebuah *Decision Support System* (DSS) baru yang membantu manajer dan praktisi dalam menentukan desain rantai pasok suku cadang (*spare parts* SC) yang optimal, termasuk konfigurasi rantai pasok dan teknologi manufaktur (*Additive Manufacturing* atau *Conventional Manufacturing*). Temuan utama menunjukkan pentingnya mempertimbangkan konfigurasi rantai pasok hibrida dan bahwa DSS ini dapat menjadi alat yang robust dan mudah digunakan, meskipun didasarkan pada asumsi-asumsi tertentu terkait permintaan, lead time, dan kapasitas. Model matematika yang mendasari DSS juga disediakan agar perusahaan dapat menyesuaikannya dengan kondisi spesifik mereka jika asumsi-asumsi tersebut tidak sesuai (Cantini et al., 2024).

2.3 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan metode *Profile Matching* sebagai kerangka kerja untuk menganalisis kesesuaian antara profil kandidat/alternatif dengan profil ideal yang telah ditentukan. Kerangka pemikiran ini akan memandu proses penelitian, dimulai dengan penentuan kriteria dan bobot, diikuti dengan perhitungan gap, pemberian bobot nilai gap, perhitungan nilai faktor, perhitungan nilai total, hingga perankingan dan pengambilan keputusan. Adapun kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

Sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang diteliti, hipotesis penelitian ini adalah:

1. Perhitungan kesenjangan (gap) antara profil ideal dan profil aktual secara signifikan mampu mengidentifikasi tingkat kesesuaian objek yang dianalisis dengan kriteria atau persyaratan yang telah ditentukan. Hal ini dikarenakan besarnya nilai kesenjangan secara kuantitatif merepresentasikan tingkat perbedaan antara kondisi aktual objek dengan standar ideal yang ditetapkan.
2. Aspek-aspek karakteristik atau atribut yang relevan dalam pembentukan profil ideal dan profil aktual untuk analisis kesenjangan menggunakan metode *profile matching* meliputi dimensi-dimensi atau indikator-indikator spesifik yang secara langsung mencerminkan kriteria atau persyaratan yang ditetapkan. Pemilihan aspek-aspek ini didasarkan pada relevansinya terhadap tujuan analisis dan kemampuannya untuk diukur serta dibandingkan secara sistematis.