

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Melakukan iklan untuk mengenalkan dan memberi informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan bagi perusahaan besar sudah biasa dilakukan. Perusahaan besar biasa melakukan iklan di televisi ataupun media informasi lainnya yang mudah dijangkau oleh konsumen. Dimana iklan digunakan menjadi strategi pemasaran guna menarik konsumen agar membeli produk yang ditawarkan. Di era, dimana semua orang menggunakan internet, menyebabkan perusahaan besar menggunakan strategi baru menggunakan pemasaran *online* di dunia maya. Tetapi pada kenyataannya *online shop* yang dikembangkan perseorangan lebih banyak daripada perusahaan besar.

Berbeda dengan perusahaan besar yang memilih mengiklankan produknya di televisi yang dapat mengeluarkan dana besar. Pemilik *online shop* memiliki strategi pemasaran yang digunakan untuk memperkenalkan produk ke konsumen dengan *endorse*. *Endorse* merupakan salah satu media promosi yang terkenal di kalangan *online shop*. Karena *endorse* tidak hanya dapat dilakukan oleh perusahaan besar, *endorse* paling lazim digunakan di kalangan *online shop*.

Endorse dilakukan di media sosial seperti Instagram, dimana selebriti atau selebgram yang memiliki pengikut ribuan hingga jutaan pengikut di instagramnya akan mempromosikan produk di akun instagramnya. Menurut (Wulandari, 2017) *endorse* sudah terbukti berpengaruh meningkatkan omzet penjualan usaha *online shop*. Berdasarkan (Dewi, 2017) *endorse* juga dapat membangun citra baik terhadap *online shop*, karena selebgram akan menjelaskan bagaimana kualitas produk yang ditawarkan sehingga konsumen dapat melihat dan menilai. Sehingga *online shop* sandys ingin melakukan *endorse* untuk memperkenalkan *online shop*nya ke konsumen.

Sandys merupakan salah satu *online shop* yang ada di Gresik, Sandys sudah memulai bisnisnya pada tahun 2017. Produk yang ditawarkan berupa kerudung, daster, baju one set, kaos tie dye, masker, penghubung masker, dan cepol rambut.

Sandys ingin memperkenalkan *online shop* nya lebih luas lagi tidak hanya di daerah Gresik. Tetapi belum menemukan selebgram yang tepat untuk sandys *endorse*. Maka dari itu penulis membuat penelitian ini untuk mempermudah sandys dalam pengambilan keputusan untuk melakukan *endorse*, yang akan bermanfaat untuk sandys dalam menentukan selebgram yang di-*endorse* dari hasil perhitungan dan memperkirakan bagaimana keuntungan yang akan didapat ketika akan melakukan *endorse* ke selebgram yang mendapat nilai tertinggi.

Pada penelitian ini menggunakan Sistem Pendukung Keputusan dengan metode TOPSIS. TOPSIS termasuk dalam metode analisis pengambilan keputusan multikriteria yang dapat membantu sandys dalam menentukan selebgram dari beberapa alternatif. Penulis memilih metode TOPSIS karena terdapat perbandingan dari hasil perhitungan berdasarkan alternatif dan kriteria yang telah ditetapkan oleh *online shop* sandys. Menurut (Latif et al., 2018) metode TOPSIS memiliki konsepnya yang sederhana mudah untuk dipahami tapi bersifat kompleksitas dimana memiliki konsep alternatif yang terpilih harus memiliki jarak terdekat dengan solusi ideal positif sekaligus memiliki jarak terjauh dengan solusi ideal negatif, dibutuhkan dalam penelitian ini karena kriteria yang saling berkaitan untuk mendapatkan hasil *endorse* yang baik, berbeda dengan metode SAW menurut (Zulita, 2013) yang melakukan perkalian antara rating yang digunakan untuk perbandingan antar kriteria, rating didapat dari hasil normalisasi sebelumnya. Sementara itu berdasarkan (Chamid & Murti, 2017) metode AHP menilai berdasarkan dari seorang ahli sedangkan pada penelitian ini membutuhkan penilaian langsung dari *online shop* yang pernah melakukan *endorse* maka dari itu memilih metode TOPSIS. Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk mengetahui lebih mendalam tentang **“Sistem pendukung keputusan untuk penentuan *endorse online shop sandys*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

“Bagaimana implementasi sistem pendukung keputusan menggunakan metode TOPSIS untuk membantu *online shop* sandys dalam menentukan selebgram yang akan di-endorse?”

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah diatas, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menerapkan sistem pendukung keputusan menggunakan metode TOPSIS dalam pengambilan keputusan selebgram yang meng-endorse sandys.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, sebagai berikut.

1. Bagi Penulis
Menambah pengetahuan dan wawasan yang lebih luas tentang pengambilan keputusan.
2. Bagi *Online Shop* Sandys
Mempermudah sandys dalam pengambilan keputusan untuk memilih endorse ke salah satu selebgram. Sandys dapat memperhitungkan selebgram mana yang lebih efektif untuk sandys endorse dari hasil perbandingan metode TOPSIS.

1.5 Batasan Penelitian

Adapun batasan penelitian yang ada dalam proses mencari selebgram terbaik untuk meng-endorse sandys sebagai berikut.

1. Metode yang digunakan untuk menentukan selebgram yaitu TOPSIS
2. Memiliki 4 kriteria dan 6 alternatif selebgram sebagai pilihan
3. Platform yang digunakan *online shop* adalah Instagram
4. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Data primer didapatkan dari wawancara pemilik *online shop* sandys. Data sekunder didapatkan dari wawancara selebgram dan *online shop* yang pernah melakukan endorse.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

