

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dalam berbagai perusahaan yang semakin meningkat mendorong semakin tinggi pula persaingan dalam bidang usaha, manusia menciptakan teknologi tersebut untuk meningkatkan kemampuan dalam menjalankan pekerjaannya, maka manajemen seseorang akan banyak dihadapkan pada pembuatan keputusan seperti keputusan perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan penilaian.

Sumber daya manusia merupakan *figure* utama dan sentral dalam sebuah hubungan organisasi maupun perusahaan. Supaya kegiatan manajemen dapat berjalan dengan baik, sebuah perusahaan harus memiliki karyawan yang berpengetahuan dan memiliki ketrampilan tinggi serta kemauan untuk mengelola perusahaan semaksimal mungkin sehingga meningkatnya kinerja karyawan tersebut. Karyawan merupakan salah satu faktor utama dalam kelancaran, kemajuan serta keberhasilan suatu perusahaan (Kusumawati, 2008; Kusrini, 2007).

PT Kanalab Karya Van adalah sebuah perusahaan distributor/keagenan peralatan laboratorium, *reagent*, dan media serta barang *consumable* dan menyediakan jasa *service* alat laboratorium/Kes. Didirikan pada tahun 2021 melalui pertimbangan yang matang dan bijaksana. Kemudian baru memulai terlibat didalam pengadaan peralatan laboratorium rumah sakit, perkebunan, dan sektor-sektor lainnya.

PT Kanalab Karya Van memiliki sejumlah karyawan *sales marketing* yang dimana perannya memasarkan produk kepada prospek prioritas, yang dimaksud prospek prioritas adalah calon pelanggan khusus. Perusahaan juga mempunyai target untuk menangani prospek prioritas seperti lingkungan Polisi, TNI, Perusahaan Besar dan Pemerintah. Prospek prioritas sangat penting bagi keberhasilan suatu bisnis, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya dengan lebih efektif dan meningkatkan kemungkinan mendapatkan keuntungan dimasa depan, sehingga

dibutuhkan sales yang memenuhi kriteria perusahaan, sehingga dapat melakukan *selling* diinstansi prioritas.

Oleh karena itu perusahaan perlu melakukan pemilihan *sales marketing* terbaik dalam penilaian kinerja untuk menangani prospek prioritas dan memberikan umpan balik bagi manajer maupun karyawan *marketing* juga melakukan perbaikan dan meninjau kembali kualitas kinerja sales marketingnya. Pemilihan dilakukan dalam 3 bulan 1 kali dan akan diakumulasi pada awal tahun atau bulan Januari.

Sejauh ini hasil dari penilaian untuk memilih *sales marketing* tersebut masih belum mencerminkan suatu hasil kinerja yang mampu memberikan *sales manager* atau pimpinan sebuah pencerahan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan atau pengembangan perusahaan jangka panjang, pemilihan selama ini dilakukan hanya menerapkan beberapa kriteria yang berbeda satu sama lain. Pemilihan *sales marketing* terbaik akan tergolong berhasil jika pemilihan tersebut menyesuaikan *variable* atau kriteria dari objek yang dinilai. Namun hal ini tidak memungkinkan karena selain memerlukan waktu yang panjang juga memerlukan biaya yang cukup besar.

Melihat beberapa kriteria untuk memilih *sales marketing* terbaik maka pada penelitian ini menggunakan metode *Additive Ratio Assessment* (ARAS) untuk ranking atau pengambilan keputusan *sales* yang berhak menangani prospek khusus. Metode ARAS merupakan salah satu metode pengambilan keputusan multi kriteria berdasarkan pada konsep ranking menggunakan *utility degree* yaitu dengan membandingkan indeks keseluruhan setiap alternatif optimal (Sari Purba, 2019; Sitompul & hasibuan, 2018).

Sistem yang akan dibuat ini untuk membantu perusahaan dalam hal manajemen, sistem pendukung keputusan terkomputerisasi yang dapat membantu pimpinan PT. Kanalab Karya Van dengan sistem SPK. Aplikasi ini tidak dimaksudkan untuk meningkatkan fungsi pengambilan keputusan dalam membuat keputusan, melainkan hanyalah sebagai alat bantu pengambilan keputusan dalam melaksanakan tugasnya.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara membantu PT Kanalab Karya Van dalam menentukan karyawan yang berhak menangani prospek prioritas.
2. Bagaimana cara menerapkan metode *Additive Ratio Assesment* (ARAS) dalam penelitian ini.

## 1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah pada point sebelumnya, maka didapatkan batasan masalah sebagai berikut :

1. Sistem informasi ini berbasis *web*.
2. Sistem informasi ini menggunakan Bahasa pemrograman PHP, HTML, dan CSS, JavaScript, dengan menggunakan database MySQL.
3. Sistem informasi ini menggunakan framework CodeIgniter 3.
4. Metode yang digunakan adalah *Additive Ratio Assesment* (ARAS).
5. Data yang diambil berdasarkan data-data yang ada di PT Kanalab Karya Van.

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Membantu pihak perusahaan dalam hal manajemen sehingga dapat mengambil keputusan dengan cepat dan akurat.
2. Mempengaruhi motivasi personil dalam organisasi sehingga dapat memacu semangat kerja dan memperbaiki moralitas karyawan.
3. Menciptakan keputusan yang adil bagi setiap karyawan yang berhak menjadi *sales marketing* terbaik.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu :

1. Berdasarkan masalah dan tujuan diatas, manfaat penelitian ini adalah membantu pihak PT Kanalab Karya Van dalam menentukan *sales marketing* yang akan menangani prospek (Calon Pelanggan) prioritas.

Menghasilkan data yang lebih objektif sesuai dengan kinerja *sales marketing*.