

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai informasi semakin terasa mudah di semua bidang, seperti bidang pendidikan, bidang kesehatan, bidang ekonomi dan lain sebagainya berkat peran serta teknologi. Aktivitas pemasaran, pembelian, dan penjualan barang, maupun jasa juga sangat mudah dengan memanfaatkan jaringan komputer. *E-commerce* adalah transaksi perdagangan melalui media elektronik yang terhubung dengan internet (Nugroho, 2016). *E-commerce* mempunyai beberapa model, salah satunya adalah *electronic marketplace (E-marketplace)*.

E-marketplace didefinisikan sebagai sebuah tempat jual beli *online* yang dikelola oleh satu pihak yaitu *developer*, kemudian produk yang ada di dalamnya disediakan oleh pihak lain yaitu penjual (Kardianawati dkk., 2016). Di *e-marketplace*, penjual tidak hanya dapat menawarkan barang saja, namun jasa juga dapat ditawarkan. Jasa merupakan bisnis yang mulai berkembang di Indonesia, mulai dari jasa perbaikan, jasa pemeliharaan rumah, bahkan jasa penyelenggara pertunjukan (*event*).

Hampir setiap hari akan ada *event* yang digelar di beberapa tempat, baik itu berskala besar maupun kecil. *Event* dari mulai tari, musik, komedi, dan lain sebagainya seakan menjadi kebutuhan untuk melepas penat dan meninggalkan sejenak kesibukan. Dalam sebuah *event* biasanya akan ada bintang tamu (*guest star*) yang diminta penyelenggara acara untuk tampil dan mengisi sebuah *event*. *Guest star* adalah salah satu elemen penting dalam *event*. *Guest star* juga sangat mempengaruhi banyaknya penonton dan seberapa meriahnya sebuah *event*. Namun, para penyelenggara *event* sering kali kesulitan dalam mencari *guest star* yang sesuai dengan kebutuhan untuk acaranya. Di sisi lain, para pengisi *event* seperti musisi, penari dan lain sebagainya juga kesulitan dalam mempromosikan jasanya. Untuk mendapatkan *guest star* yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan, dapat menggunakan beberapa metode sistem pendukung keputusan. Salah satu metode

yang dapat digunakan adalah metode *Weighted Product* (WP). Metode WP menggunakan perkalian untuk menghubungkan rating atribut, dimana rating setiap atribut harus dipangkatkan dahulu dengan bobot atribut yang bersangkutan (Yoon, 1989).

Berdasarkan permasalahan tersebut, agar memudahkan penyelenggara *event* untuk menemukan *guest star* dan memudahkan pengisi *event* dalam mempromosikan jasanya maka dibuatlah tugas akhir dengan judul “Sistem Pendukung Keputusan Penentuan *Guest Star* Pada *E-Marketplace* Berbasis *Web* Menggunakan Metode *Weighted Product*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah yaitu :

1. Bagaimana cara penerapan metode *Weighted Product* untuk mendapatkan *guest star*?
2. Bagaimana cara membangun *e-marketplace* agar penyelenggara *event* mendapatkan *guest star* yang tepat?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka didapatkan Batasan masalah sebagai berikut:

1. *E-marketplace* difokuskan untuk penyelenggara *event* mendapatkan *guest star*, dan tidak memfasilitasi transaksi pembayaran.
2. Mencakup area Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Pengecekan tanggal dan waktu ketersediaan pada pengisi *event* masih manual.
4. *Email* untuk konfirmasi pendaftaran, pengajuan tawaran, dan konfirmasi tawaran menggunakan SMTP server dari *Zoho mail*.
5. Menggunakan tiga kriteria untuk perhitungan *weighted product*, yaitu jenis pertunjukan, harga, dan lokasi.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian adalah :

1. Memberikan alternatif keputusan pemilihan *guest star* yang sesuai kriteria dengan menggunakan metode *Weighted Product* (WP).
2. Menciptakan sebuah pasar *online* untuk mendapatkan *guest star* yang sesuai dengan yang diharapkan.

1.5 Manfaat Penelitian

Sesuai dengan masalah yang telah disebutkan sebelumnya, maka manfaat dari penelitian adalah :

1. Memudahkan penyelenggara *event* dalam mendapatkan *guest star* sesuai dengan yang diharapkan.
2. Membantu pengisi *event* mempromosikan jasanya melalui *e-marketplace*.

1.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian yang digunakan antara lain :

a. Metode Kepustakaan

Metode pengumpulan data dengan cara mengambil informasi dari referensi-referensi seperti buku, jurnal ataupun artikel terkait.

b. Analisis Kebutuhan Sistem

Analisis kebutuhan sistem menggunakan *hardware* seperti laptop atau PC, *software* berupa *web browser*, *input* berupa kriteria yang diperlukan untuk pemilihan, *output* berupa hasil dari pencarian *guest star*.

c. Metode Perancangan dan Pembangunan Sistem

Merancang arsitektur *e-marketplace* untuk menentukan kebutuhan sistem yang akan dibangun. Seperti *data flow diagram* (DFD), *flowchart*, perancangan tabel, *relasi* dan perancangan antarmuka.

d. Metode Implementasi

Metode implementasi sistem *e-marketplace* dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP, serta untuk menyimpan datanya menggunakan

database MySQL dan server Apache.

e. Metode Uji Coba dan Analisa.

Menguji coba sistem *e-marketplace* untuk menentukan *guest star* yang sesuai, kemudian menganalisa hasil yang diperoleh menggunakan metode *weighted product*. Kemudian untuk pengujian fungsional menggunakan pengujian *black-box*.