BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada bagian barat provinsi Lampung terletak Samudra Hindia dan dibagian timur terletak Selat Sunda yang menjadikan provinsi Lampung memiliki potensi ekowisata pesisir untuk dikembangkan, seperti pantai, budi daya terumbu karang, hutan mangrove, air terjun, dan lain-lain. Banyaknya tempat tujuan wisata, kuliner, oleh-oleh maupun cenderamata khas daerah asal akan menarik lebih banyak wisatawan yang berkunjung. Pariwisata adalah suatu kegiatan yang dapat membantu aspek ekonomi masyarakat dan pemerintah daerah, tidak hanya wisata namun usaha kuliner, oleh-oleh maupun cenderamata juga turut membantu dalam aspek ekonomi. Menurut undang-undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 Ayat 1 dijelaskan jasa makanan dan minuman merupakan salah satu usaha pariwisata [1].

Pusat perbelanjaan oleh-oleh yang banyak tersebar di berbagai titik pada suatu daerah khususnya Lampung membuat para wisatawan bingung atau bahkan tidak mengetahui oleh-oleh apa yang akan dibeli karena pengunjung kurang atau tidak memiliki pengalaman atau pengetahuan yang cukup untuk membeli oleh-oleh yang diinginkan pengunjung. Maka dibutuhkan sistem yang dapat memberikan pengetahuan serta mendukung keputusan dalam memilih oleh-oleh seperti apa yang sesuai kriteria dan kebutuhan pengunjung atau wisatawan.

Penelitian yang dilakukan ini memerlukan tolak ukur sebagai acuan untuk mendapatkan hasil ranking yang dapat mendukung keputusan pengguna dalam memilih oleh-oleh khas Lampung, pada sistem yang akan dibangun pengunjung atau wisatawan diminta untuk memilih opsi pada kriteria yang diberikan oleh sistem yang kemudian sistem akan memberi nilai bobot pada setiap alternatif berdasarkan kriteria pilihan wisatawan, kriteria tersebut akan menjadi tolak ukur sistem dalam menentukan hasil ranking yang akan diberikan. Untuk kriteria yang digunakan terdiri dari harga, tekstur, *expired date*, variasi rasa. Dalam sistem ini digunakan metode *Simple Additive Weighting* (SAW). Metode SAW memiliki data

acuan dalam perhitungannya, data acuan tersebut adalah data alternatif, data kriteria, dan tipe kriteria. Data alternatif pada penelian ini adalah macam-macam oleh-oleh khas Lampung, data kriteria adalah data yang menjadi faktor-faktor para calon pembeli dalam membeli oleh-oleh khas Lampung, sedangkan tipe kriteria adalah *cost* dan *benefit*, dimana nilai *cost* adalah min dan nilai *benefit* adalah max. Metode SAW dapat mengetahui nilai terbobot pada setiap alternatif di semua kriteria, dengan menyelesaikan data *cost* dan data *benefit* secara serentak maka didapatkan hasil yang lebih akurat [2]. Sehingga metode SAW ini adalah metode yang tepat dalam rekomendasi pemilihan oleh-oleh karena dapat mengolah kriteria nilai yang berbeda seperti nilai harga dan nilai populer suatu produk kemudian keduanya di normalisasi [3].

Pada penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh beberapa peneliti yang menerapkan metode terkait yang diantaranya penelitian oleh Enrico Siswanto dan Adiputra Wijaya (2017) dengan mencari metode yang cocok dari FMADM untuk menyelesaikan masalah, metode dari FMADM yang diteliti untuk dibandingkan dalam penelitian ini adalah SAW (*Simple Additive Weighting*), AHP (*Analytical Hierarchy Process*), dan WP (*Weighted Product*), dan mendapatkan hasil yaitu metode yang cocok digunakan jika dibandingkan dengan metode lain, karena metode SAW dapat mencapai lebih banyak hasil yang konsisten dan sesuai keputusan dari pihak tim pemasaran UMN (Universitas Multimedia Nusantara) dan metode SAW diterapkan dalam prototipe sistem prediksi pada penelitian ini [4].

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Yudi Setiawan, Boko Susilo, Aan Erlanshari, Sumitra J Firdaus, Evi Maryanti (2018) menggunakan Analisis Sentimen dengan mengklasifikasi ulasan pengguna memperoleh tingkat akurasi sebesar 79% dan menggunakan metode SAW mendapatkan persentase persetujuan sebesar 90,83% dari 30 responden, penelitian ini telah membuktikan bahwa dalam membangun sistem rekomendasi dengan menggunakan metode SAW lebih efektif [5].

Penelitian berikutnya dilakukan oleh Sunarti (2019) yaitu membandingkan metode SAW dan TOPSIS (*Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution*) dengan hasil perbandingan yang diperoleh metode SAW sebesar 0,80 pada tujuan wisata Wisata Mekarsari dan metode TOPSIS sebesar 0,59 pada tujuan wisata Goa

Buniayu, berdasarkan hasil komparasi metode SAW dan TOPSIS dapat ditarik kesimpulan bahwa metode SAW lebih baik dibandingkan dengan metode TOPSIS [6].

Berdasarkan hasil dari beberapa penelitian terkait dapat diambil kesimpulan bahwa metode SAW memiliki nilai akurasi yang tinggi dan optimal. Sehingga dari permasalahan yang telah dijabarkan diatas, dilakukan penelitian dengan judul penelitian “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Oleh-Oleh Khas Lampung Menggunakan Metode *Simple Additive Weighting* (SAW)” dengan harapan untuk membantu calon pembeli mendapatkan dukungan keputusan dengan hasil ranking dan informasi oleh-oleh seperti apa yang sesuai kiteria dan kebutuhan calon pembeli.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara menerapkan metode SAW untuk Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Oleh-Oleh Khas Lampung?
2. Bagaimana cara membangun Sistem Pendukung Keputusan yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan pengguna?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menerapkan Metode SAW pada Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Oleh-Oleh Khas Lampung.
2. Membangun Sistem Pendukung Keputusan yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna sesuai dengan pengguna.

1.4 Batasan Masalah

Batasan Masalah pada penelitian ini adalah:

1. Sistem dibuat dengan Metode *Simple Additive Weighting*.
2. Sistem dibangun berbasis *website*.

3. Sistem dibuat dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP dan My SQL.
4. Kriteria yang digunakan yaitu harga, tekstur, *expired*, variasi rasa.
5. Daerah yang menjadi objek penelitian adalah Provinsi Lampung.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Sistem dibangun untuk membantu wisatawan yang berkunjung ke Lampung dalam pemilihan oleh-oleh dengan mendukung keputusan dalam pemilihan oleh-oleh khas Lampung yang sesuai dengan kriteria pengunjung atau wisatawan sehingga dapat dengan mudah mengetahui oleh-oleh apa yang akan dibeli.
2. Dengan menerapkan metode *Simple Additive Weighting* yang diharapkan dapat memberikan hasil yang akurat dan optimal sesuai kriteria dan kebutuhan pengunjung.