

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini kemajuan sektor ekonomi meningkat dengan pesat, industri berkembang disegala bidang baik industri barang maupun jasa. PT. Encartha Indonesia adalah salah satu perusahaan otomotif dan merupakan Dealer resmi Daihatsu yang melakukan penjualan kendaraan roda empat penjualan jasa *service* serta *sparepart* yang akan mendukung penjualan unit. Untuk memaksimalkan keterbatasan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan dengan tujuan mendapatkan hasil yang optimum.

Berkembangnya teknologi informasi saat ini sangat berpengaruh pada dunia bisnis. Selain menikmati perkembangan teknologi, para pelaku bisnis merasakan persaingan semakin meningkat. Tingkat persaingannya antar produk tidaklah sama, produk yang persaingannya ketat adalah yang dibutuhkan oleh banyak orang, hal ini akan didukung dengan jumlah konsumen yang besar, serta produk yang merupakan kebutuhan penting bagi konsumen. Dealer Daihatsu telah tersebar di berbagai kota di Indonesia, salah satunya adalah Dealer Daihatsu yang beralamat di Jalan Angkatan 45 Nomor 02. PT. Encartha Indonesia adalah perusahaan yang bergerak dibidang penjualan mobil Daihatsu. Adapun mobil yang di jual di PT. Encartha Indonesia yaitu *terios*, *xenia*, *sirion*, *ayla*, *sigra*, *luxio*, *grand max* dan *grand max pick up*.

PT. Encartha Indonesia melakukan transaksi penjualan mobil mereka kepada konsumen dengan cara konsumen datang Dealer lalu sales counter akan menawarkan, atau menyebarkan brosur-brosur jenis mobil yang ada, sehingga konsumen dapat memilih mobil yang mana yang konsumen inginkan. Kendala yang terjadi adalah terkadang konsumen mengalami kebingungan dalam menentukan mobil mana yang mereka inginkan dan dibutuhkan. Sedangkan mobil yang ditawarkan sales counter banyak jenisnya. Sehubungan dengan hal diatas maka dirancanglah sebuah sistem pendukung keputusan pemilihan mobil agar pengguna dapat pilihan mobil dengan tepat sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Maka dirancanglah menggunakan metode *analitical hierarchy process* (AHP). Metode AHP adalah salah satu metode yang digunakan dalam perancangan sistem penunjang keputusan. Konsep metode AHP adalah merubah nilai-nilai kualitatif menjadi kuantitatif. Sehingga keputusan-keputusan yang diambil bisa lebih onyektif. Selain itu metode AHP adalah metode pengambilan keputusan dibidang pembelian juga mengandalkan kriteria-kriteria yaitu kualitas barang, kecepatan pengiriman barang, harga barang dan status supplier. Dengan melihat adanya kriteria-kriteria yang dipergunakan untuk mengambil keputusa, maka akan sangat cocok untuk menggunakan metode AHP.

Metode AHP semula dikembangkan di Amerika pada tahun 1970 dalam perencanaan kekuatan militer untuk menghadapi berbagai kemungkinan. Kemudian dikembangkan di Afrika khususnya di Sudan dalam hal perencanaan transportasi. Pada saat inipun metode AHP juga telah digunakan oleh beberapa peneliti untuk melakukan penelitian.

Alasan pemilihan metode AHP kerana AHP mampu digunakan untuk semua proses pemilihan sedangkan penentuan kriteria bisa dirubah sesuai kepentingan konsumen. Oleh karena itu timbul keinginan peneliti untuk mengambil judul **“Analisis Pengambilan Keputusan Pembelian Kendaraan Mobil Daihatsu Menggunakan *Analytical Hierarchy Process*”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dihalaman sebelumnya, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana sistem pendukung pengambilan keputusan pembelian kendaraan mobil Daihatsu menggunakan *analytical hierarchy process*”?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak memperluas maka perlu diadakan pembatasan masalah supaya lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasannya. Batasan masalah dalam penelitian ini :

1. Sebagai objek penelitian hanya jenis mobil pribadi Daihatsu.
2. Metode yang digunakan AHP.
3. Penelitian pada konsumen PT. Encartha Indonesia di Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini :

1. Mengetahui kriteria apa yang di dahulukan konsumen dalam pembelian mobil pribadi Daihatsu di PT. Encartha Indonesia.

2. Mengetahui jenis mobil pribadi Daihatsu mana yang banyak di pilih konsumen di PT. Encartha Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Manfaat penelitian bagi penulis untuk menerapkan teori-teori dan pengetahuan yang di dapat selama perkuliahan ke dalam masalah sebenarnya terjadi pada suatu perusahaan khususnya mengenai pengambilan keputusan pembelian mobil pribadi Daihatsu dengan menggunakan metode AHP.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi perusahaan terutama sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan tujuan jangka pendek ataupun jangka panjang perusahaan.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi maupun sebagai acuan khususnya bagi yang berminat pada permasalahan pengambilan keputusan pembelian mobil pribadi Daihatsu dengan menggunakan metode AHP.

1.6 Keaslian Penelitian

Penelitian yang berhubungan dengan masalah pengambilan keputusan pembelian kendaraan mobil daihatsu menggunakan *analitical hierarchy process* (AHP) belum pernah dilakukan penelitian khususnya di Universitas Bina Darma

Palembang. Namun penelitian yang menggunakan metode AHP sudah sering dilakukan oleh mahasiswa/i di seluruh Indonesia tetapi dengan studi kasus yang berbeda, berikut penulis melampirkan beberapa kutipan jurnal dan skripsi dari refrensi internet yang menggunakan metode AHP.

Ahmad Syahbuddin 2013, dengan judul Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor. Objek dan metode penelitiannya yaitu, masyarakat petani kopi di Desa Padang Cahya Kecamatan Balik Bukit Kabupaten Lampung Barat. Dengan hasil penelitian yaitu, pembelian motor oleh masyarakat petani kopi di Desa Padang Cahya juga sebagai persiapan turunnya keadaan ekonomi yang dapat dijual kembali ataupun untuk usaha.

Supriyono 2010, dengan judul Sistem Penunjang Keputusan (SPK) Pemilihan Sepeda Motor Honda Menggunakan Metode AHP. Objek dan metode penelitiannya yaitu, sepeda motor honda dengan menggunakan metode AHP. Dengan hasil penelitian yaitu, Honda sebagai pilihan pabrikan bagi masyarakat yang akan membeli motor di wilayah Kabupaten Kudus dengan nilai tertinggi.

Wibowo, F. H. 2013, dengan judul Sistem Pendukung Keputusan Pembelian Handphone Metode AHP. Objek dan metode penelitiannya yaitu, pembelian handphone dengan menggunakan metode AHP. Dengan hasil Samsung merupakan handphone yang banyak dipilih oleh konsumen.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu penulis meyakini bahwa penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sebelumnya untuk kasus analisi pengambilan keputusan pembelian kendaraan mobil daihatsu menggunakan *analitical hierarchy process* (AHP) di PT. Encartha Indonesia.