

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG**

Industri rokok merupakan salah satu industri yang sangat pesat perkembangannya di dunia termasuk di Indonesia. Ini disebabkan banyaknya perokok di Indonesia umumnya serta pada area Solo Raya khususnya dan permintaan kebutuhan produk rokok yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya pemasaran dan penjualan melalui event – event besar di bidang olahraga dan bidang musik.

Berkembangnya industri rokok tentu sangat berpengaruh bagi perekonomian, dimana begitu banyaknya jenis dari berbagai macam merek terus menyemarakkan pasar di Indonesia dan Solo Raya khususnya. Melihat daerah Solo Raya yang terdiri dari 6 kabupaten antara lain Boyolali, Klaten, Sukoharjo, Wonogiri, Sragen dan Karanganyar merupakan pasar yang cukup potensial untuk pemasaran produk rokok PT HM Sampoerna dan produk lainnya. Hal ini menjadi peluang bagi para pelaku industri rokok untuk dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk bersaing memasarkan produk dengan berbagai jenis cara. Akan tetapi kondisi persaingan pemasaran dan wilayah mana yang bagus untuk pemasaran tentu akan mempengaruhi tingkat penjualan dari produk tersebut. Akibat kondisi tersebut memaksa produsen untuk berlomba mencari area atau wilayah produk yang cocok dengan kondisi dan daya beli masyarakat. Pada tahap pemasaran ini PT HM SAMPOERNA

secara penuh mengupayakan peningkatan produksi produk untuk wilayah potensial yang diharapkan nilai jual produk tersebut dapat menjadi lebih baik. Pencarian wilayah potensial tentu tidak hanya didukung dengan tenaga pemasaran ahli saja, target pemasaran pun menjadi satu ketentuan dari perusahaan yang harus terpenuhi, dalam tiap area atau wilayah pemasaran target yang harus tercapai yaitu 75% dari pasokan produk yang dipasarkan pada are tertentu, oleh kerena itu suatu metode harus diterapkan untuk mengukur keberhasilan suatu pemasaran dengan tepat.

Berdasarkan kondisi yang telah disebutkan diatas dimana begitu banyaknya produk yang sama yang ditawarkan dari berbagai macam produsen sehingga menuntut ketepatan wilayah pemasaran, hal tersebut menarik minat penulis untuk mengambil judul “ **SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENENTUAN WILAYAH POTENSIAL PEMASARAN PRODUK MENGGUNAKAN METODE K-MEANS PADA PT. HM SAMPOERNA SOLO**”.

## **1.2 RUMUSAN MASALAH**

Dalam melayani kebutuhan konsumen baik dalam ataupun luar negeri, dibutuhkan suatu wilayah potensial pemasaran yang menunjang kebijakan penjualan yang tinggi, kecepatan serta ketepatan dalam mendapatkan hasil yang optimal untuk menunjang penjualan yang maksimal.

Adapun perumusan masalah yang akan diungkapkan penulis adalah “Bagaimana membuat sistem pendukung keputusan pencarian wilayah potensial pemasaran dengan metode K-MEANS”.

### **1.3 PEMBATASAN MASALAH**

Agar permasalahan terarah dan tidak menyimpang dari apa yang telah diuraikan dari latar belakang masalah serta dapat memberikan pemahaman yang lebih baik, maka diperlukan pembatasan masalah. Adapun pembatasan masalah yang akan penulis kaji antara lain:

1. Pengolahan data lokasi pemasaran
2. Pengolahan data Kriteria Pemasaran
3. Pengolahan data penjualan
4. Pengolahan data wilayah potensial pemasaran dengan K-MEANS.
5. Laporan-laporan
  - a. Laporan data lokasi pemasaran
  - b. Laporan data kriteria pemasaran
  - c. Laporan data penjualan
  - d. Laporan data wilayah potensial pemasaran.
  - e. Laporan Data tujuan pemasaran

### **1.4 TUJUAN SKRIPSI**

Adapun tujuan dalam penyusunan Skripsi ini adalah untuk membuat sistem pendukung keputusan penentuan wilayah potensial pemasaran produk menggunakan metode K-Means pada PT. HM Sampoerna Solo.

### **1.5 MANFAAT SKRIPSI**

Adapun manfaat dari penyusunan Skripsi sistem penjualan dengan metode K-MEANS dan pemasaran ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi STMIK Sinar Nusantara

Bagi STMIK Sinar Nusantara secara tidak langsung dapat melaksanakan fungsinya sebagai pengabdian masyarakat. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu sebagai referensi perpustakaan, program aplikasi yang dibuat dapat digunakan sebagai referensi oleh dosen dalam kegiatan perkuliahan khususnya di STMIK Sinar Nusantara Surakarta.

b. Bagi Penulis

- 1) Dapat membuat sebuah aplikasi sistem wilayah potensial pemasaran dengan metode K-MEANS dan penentuan pemasaran.
- 2) Menambah ilmu dalam bidang sistem informasi khususnya sistem wilayah potensial pemasaran dengan sistem metode K-MEANS.

c. Bagi PT. HM Sampoerna Solo

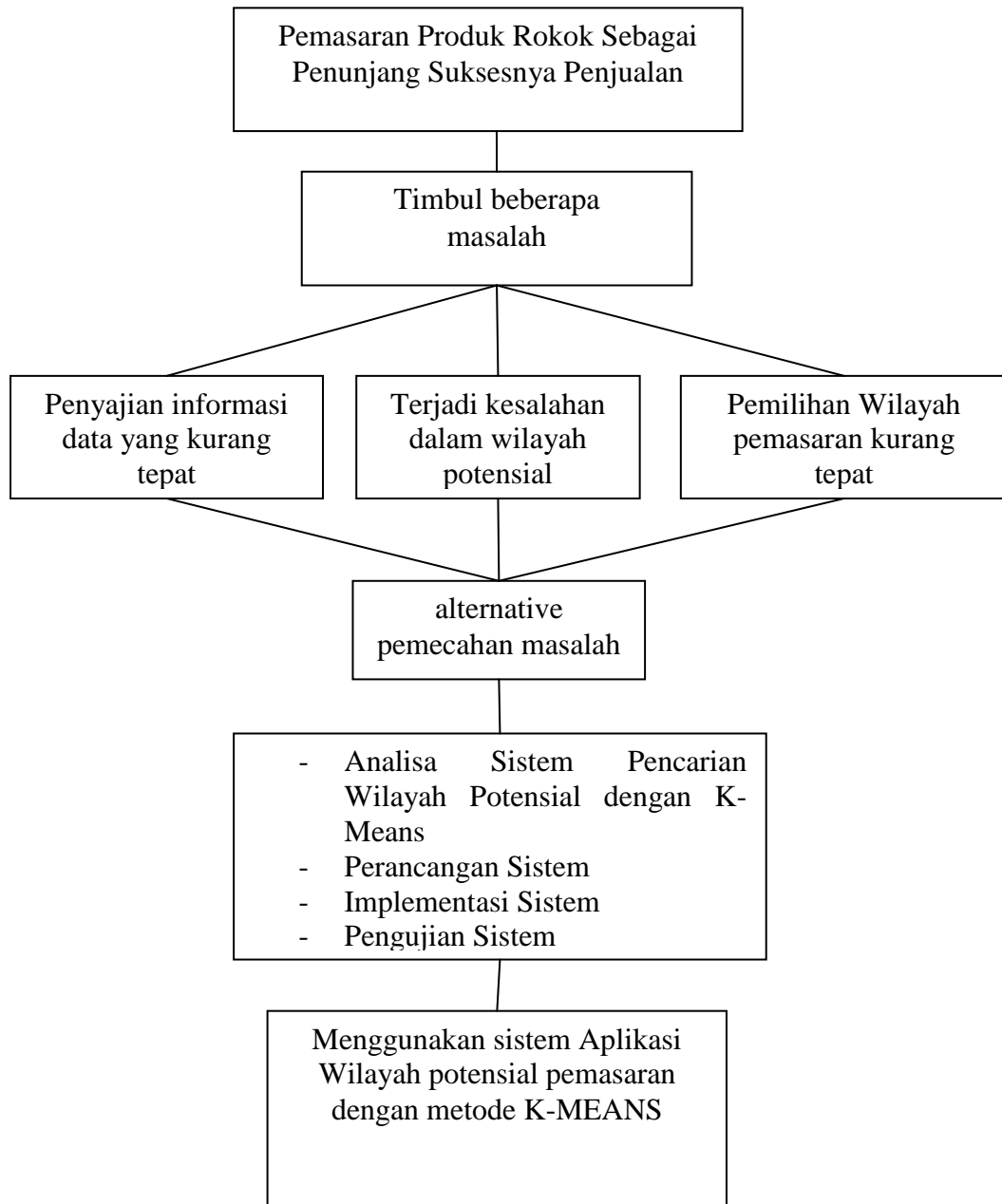
Dapat digunakan sebagai pendukung keputusan penentuan wilayah potensial untuk pemasaran produk.

## 1.6 KERANGKA PEMIKIRAN

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat pada tahap sebelumnya, maka tahap kerangka pikiran berguna untuk memperjelas tentang apa saja yang menjadi sasaran dari penelitian ini. Pada tahap ini ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat suatu sistem wilayah potensial pemasaran dengan metode K-MEANS. Maka dalam

penyusunan Skripsi ini penulis menggunakan aplikasi Visual basic dengan database SQL Server.

Skema Pemikiran



Gambar 1. Skema Pemikiran

## **1.7 SISTEMATIKA PENULISAN SKRIPSI**

Sistematika penulisan Skripsi yang penulis gunakan bersifat deduktif yaitu mengambil masalah yang bersifat khusus dan umum. Masalah yang akan dibahas dalam laporan ini meliputi :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pikiran dan Sistematika Penulisan Skripsi.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi tentang tinjauan-tinjauan teori yang digunakan untuk menjelaskan antara lain : Pengertian Sistem Penunjang Keputusan, sistem, K-Means, dll.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi penjelasan tentang tata cara penelitian, prosedur penelitian dan teknik penelitian antara lain : Metode Kepustakaan, Metode Pengumpulan Data, Metode Analisa Data, Metode Analisa Sistem, Metode Perancangan Basis Data, Metode Perancangan Interface, Metode Perancangan, Program dan Implementasi, Metode Pengujian Sistem, Metode Penulisan Laporan.

### **BAB IV TINJAUAN UMUM**

Pada bab ini berisi tentang tinjauan umum dan sejarah berdirinya PT. HM Sampoerna.

## **BAB V PEMBAHASAN MASALAH**

Pada bab ini berisi tentang Use Case diagram, Desain Kamus, Desain Input, Desain Output, Diagram Relasi Antar Tabel, serta cara menjalankan Program dan pengujian sistem.

## **BAB VI PENUTUP**

Pada Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak-pihak yang terkait.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**