

## PENENTUAN SALES MOBIL TERBAIK PADA DEALER MOBIL SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN *WEIGHTED PRODUCT*

<sup>1</sup>Yulina, <sup>2</sup>Aura Marchelita Nugroho

<sup>1</sup>[yulinayusuf01@gmail.com](mailto:yulinayusuf01@gmail.com), <sup>2</sup>[auram.2159201054@umko.ac.id](mailto:auram.2159201054@umko.ac.id)

<sup>1,2</sup>Universitas Muhammadiyah Kotabumi

**Abstract:** *The automotive industry can make a major commitment to economic growth and job creation. Car sales is one of the key parts of the automotive business that affects the company's results. To face extreme competition, car companies must have the option to select and utilize the best and qualified salespeople. In the face of this challenge, the utilization of a Decision Support System (SPK) can be a powerful tool in selecting the best car sales using the Weighted Product method which is one of the reasonable techniques to determine the best car sales at Gestara car dealerships by considering certain perspectives and criteria. The criteria used in this study include Attendance, Friendliness, Discipline, Politeness, Leadership and Target. This research is expected to help the company in providing references to develop further services, improve sales performance, and understand the Weighted Product method.*

**Keywords :** *Automotive industry, Dealer, Car, Car Sales, Weighted Product Decision Support System.*

**Abstrak:** Industri otomotif dapat memberikan komitmen besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Penjualan mobil merupakan salah satu bagian penting dari bisnis otomotif yang memengaruhi hasil perusahaan. Untuk menghadapi persaingan yang ekstrim, perusahaan mobil harus memiliki pilihan untuk memilih dan memanfaatkan tenaga penjualan atau *sales* terbaik dan berkualitas. Dalam menghadapi tantangan ini, pemanfaatan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dapat menjadi alat yang ampuh dalam memilih *sales* mobil terbaik dengan menggunakan metode *Weighted Product* yang merupakan salah satu teknik yang masuk akal untuk menentukan *sales* mobil terbaik pada *dealer* mobil Gestara dengan mempertimbangkan perspektif dan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini mencakup Kehadiran, Keramahan, Kedisiplinan, Kesopanan, Kepemimpinan dan Target. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam memberikan referensi untuk mengembangkan pelayanan lebih lanjut, meningkatkan kinerja *sales*, dan memahami metode *Weighted Product*.

**Kata Kunci :** *Industri otomotif, Dealer, Mobil, Sales Mobil, Sistem Pendukung Keputusan Weighted Product.*

## **I. PENDAHULUAN**

Industri otomotif telah menjadi area yang paling mengesankan dan terus berkembang di dunia, sama halnya dengan teknologi. Industri otomotif terus berkembang dengan sangat cepat. Perkembangan teknologi seperti kendaraan listrik, otonom, dan yang terhubung dengan jaringan telah mengubah dunia otomotif secara mendasar. Produsen mobil berlomba-lomba untuk menghadirkan dan memperkenalkan kemajuan terbaru yang tidak berbahaya bagi ekosistem. Menurut Hidayatullah & Wadud (2020) “Inovasi Produk merupakan hasil dari peningkatan item baru oleh organisasi atau industri, terlepas dari apakah item tersebut sudah ada atau belum”. Tujuannya adalah untuk lebih mengembangkan efektivitas energi dan mengurangi dampak lingkungan. Setelah mobil sudah layak untuk digunakan, produsen akan mengirim kendaraannya ke berbagai cabang *dealer* mobil sesuai dengan *merk* dagangnya.

*Dealer* mobil merupakan tempat yang menjadi titik fokus perdagangan mobil baru maupun bekas. *Dealer* mobil adalah mediator antara pembuat mobil dan pelanggan, yang memberikan model kendaraan yang berbeda untuk dilihat oleh calon konsumen. “*Dealer* dapat disebut sebagai substansi bisnis atau organisasi yang menawarkan jenis bantuan kepada

seluruh masyarakat dengan fasilitas barang berupa motor atau mobil, serta jasa pelayanan pencucian, pelayanan pemodifikasi, dan pelayanan untuk pengunjung yang akan menggunakan produk ini” (Permatasari & Setyawan, 2020). Selain menjual mobil, *dealer* mobil juga menawarkan berbagai jenis bantuan misalnya pendukung mobil, jaminan, serta perawatan dan perbaikan mobil.

*Dealer* mobil dapat membantu klien dalam memilih pilihan pendanaan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka, serta memberikan informasi mengenai program keamanan kendaraan dan pemilikinya. *Dealer* mobil juga memiliki bengkel yang dilengkapi dengan peralatan dan tenaga profesional yang siap untuk memberikan perawatan dan perbaikan kendaraan. Ini mencakup layanan pemeliharaan rutin misalnya penggantian oli, perawatan mesin, pemeriksaan umum, dan perbaikan jika terjadi kerusakan atau kecelakaan. Satu lagi keuntungan membeli mobil dari *dealer* adalah adanya jaminan dan otoritas dari produsen mobil.

Mobil adalah alat transportasi yang dirancang untuk digunakan berpergian. Mobil telah menjadi bagian mendasar dari kehidupan sehari-hari, memberikan fleksibilitas dan akomodasi bagi banyak orang di seluruh dunia. Fitri (2023) menyatakan “Penggunaan mobil pribadi

terus meningkat dengan jumlah lebih dari 20 juta kendaraan setiap tahunnya”. Mobil tidak hanya menjadi alat penting untuk transportasi, namun juga mencerminkan kemajuan, gaya hidup, dan kemakmuran sosial. Desain luar dan dalam mobil memberikan karakter dan kualitas yang tidak biasa, yang mencerminkan nilai-nilai merek dan gambaran yang ingin ditampilkan oleh pemiliknya.

Dengan kemajuan dunia teknologi, perusahaan mobil harus berfikir lebih keras lagi dalam menghadapi desain pasarnya karena hal ini dapat mempengaruhi kesejahteraan perusahaan tersebut. “Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan bergantung pada SDM atau pekerja yang ada dalam perusahaan tersebut” (Setiawan, 2020). Oleh karena itu, perusahaan harus membutuhkan perkembangan yang baru, salah satunya adalah pelayanan terhadap konsumen, *role*-nya adalah *Sales*.

*Sales* mobil adalah orang-orang yang berperan dalam melakukan sistem pemasaran atau promosi penjualan unit mobil kepada pelanggan yang diharapkan untuk mencapai target penjualan dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Safitri & Ridho (2020) menyatakan “Pemasaran merupakan proses sosial di mana individu maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka perlukan dan mereka inginkan dengan membuat, menawarkan, dan memperdagangkan hasil

yang bernilai signifikan dengan pihak lain”. “*Sales promotion* dapat dianggap sebagai gerakan perusahaan untuk menjual barang produk yang dipromosikan sehingga klien tidak akan sulit melihatnya, dengan strategi penempatan tertentu, maka yang melihatnya akan tertarik dengan barang tersebut” (Imadussalam et al., 2023). *Sales* mobil bertanggungjawab untuk memberikan informasi mengenai barang yang mereka jual, termasuk spesifikasi khusus, elemen, dan harga mobil yang tepat dan membantu calon pelanggan dalam memilih mobil yang sesuai dengan kebutuhan dan kecenderungan mereka.

*Sales* mobil harus memiliki kinerja yang baik. Menurut Widayati (2018) “Kinerja karyawan adalah pelaksanaan kerja atau hasil kerja baik kualitas maupun kuantitas yang dicapai oleh perwakilan sumber daya manusia untuk sementara waktu dalam melakukan kewajiban kerjanya sesuai dengan kewajiban yang diberikan kepadanya”. Contohnya harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik, mendengarkan dengan cermat, dan memiliki ide untuk menjawab berbagai jenis umpan balik dari klien dengan jelas dan profesional. *Sales* mobil juga dapat berperan dalam mengatur pengeluaran dan penawaran khusus kepada klien. Mereka dapat memberikan ide dan saran berdasarkan dengan kebutuhan klien dan rencana pengeluaran, serta membantu

dalam proses administrasi dan pengiriman mobil.

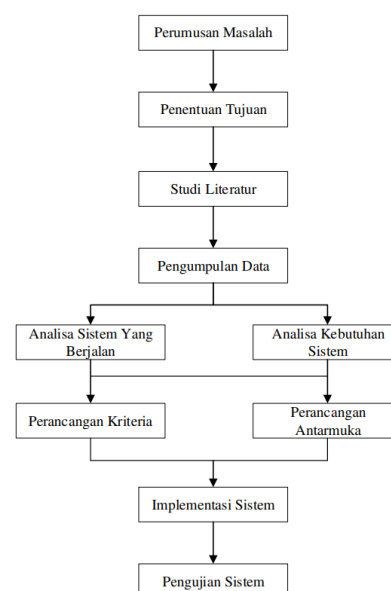
Ada banyak *sales* dalam sebuah perusahaan mobil, sehingga sulit untuk menentukan keputusan *sales* terbaik dalam *dealer* mobil tersebut. “Keputusan sebagai pilihan aktivitas dari setidaknya dua pilihan yang dapat dipilih” (Dio et al., 2023). Maka dari itu untuk dapat menentukan *sales* mobil terbaik dari semua *sales* yang ada dalam perusahaan tersebut dan mengetahui kriteria serta bobot preferensi pada tiap kriteria dapat menggunakan metode dalam Sistem Pendukung Keputusan.

Sistem Pendukung Keputusan (SPK) adalah sebuah sistem yang diharapkan dapat membantu individu atau organisasi dalam menentukan pilihan yang lebih baik dan lebih kuat. “Sistem Pendukung Keputusan (SPK) adalah sistem interaktif yang membantu pengambil keputusan melalui penggunaan data dan model-model keputusan untuk memecahkan masalah yang sifatnya semi terstruktur dan tidak terstruktur” (Supiyandi et al., 2020). SPK menggunakan data, model, dan metode analisis untuk memberikan informasi yang dapat diterapkan dan mendukung proses pengambilan keputusan. Salah satu metodenya adalah *Weighted Product*, yang bekerja dengan menghitung bobot setiap kriteria sehingga menghasilkan ranking. Penilaian tersebut bisa dilihat dari kriteria dan preferensi individu tersebut.

“*Weighted product* mempunyai ide yang dasar dan mudah dipahami, mahir dalam komputasi dan dapat mengukur presentasi pilihan-pilihan secara keseluruhan dalam struktur numerik sederhana” (Natasya et al., 2021). Dengan adanya penelitian ini diyakini dapat memberikan manfaat yang positif dalam meningkatkan kinerja dan pelayanan tiap *sales* dalam suatu perusahaan serta penulis dapat memahami metode *Weighted Product*.

## II. METODE

Tahapan penelitian yang dilakukan dipisahkan menjadi beberapa tahap. Studi ini dilakukan berdasarkan data dan kemampuan *sales* mobil yang berada di *dealer* mobil Gestara. Dengan tahapan sebagai berikut:



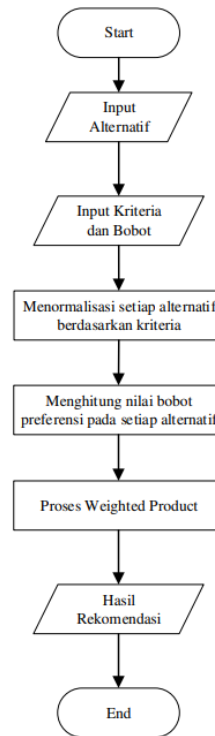
Gambar 1. Tahapan Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup kegiatan Studi Kepustakaan, Wawancara, dan Pengamatan. Studi Kepustakaan dilakukan dengan mengambil berbagai sumber referensi. Wawancara dilakukan melalui korespondensi langsung dengan pihak-pihak yang terkait untuk mendapatkan informasi mengenai kinerja dan kemampuan *sales* mobil. Pengamatan dilakukan dengan mengunjungi tempat untuk melihat secara langsung cara kerja yang dilakukan *sales* mobil. Dengan populasi atau sampel data yang diambil dari penelitian ini adalah *sales* yang ada pada *dealer* mobil Gestara.

Metode analisa data dalam penelitian ini melibatkan salah satu metode dalam Sistem Pendukung Keputusan yaitu *Weighted Product*, metode ini menganalisa informasi menggunakan prosedur perkalian untuk mengaitkan setiap peringkat atribut atau properti (nilai dari setiap kriteria pada setiap alternatif), kemudian peringkat setiap atribut harus dipangkatkan terlebih dahulu dengan mempertimbangkan bobot atribut yang bersangkutan.

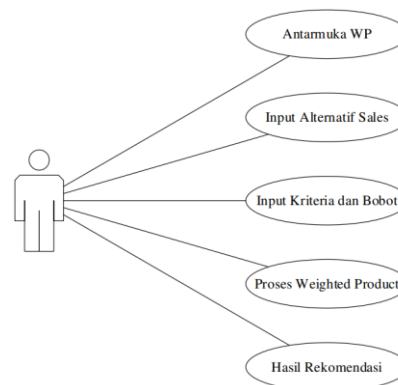
Dalam tahap desain penelitian atau perancangan sistem dengan mengimplementasikan kedalam bentuk *UML (Unified Modeling Language)* dan terdapat instrument lain yaitu *Flowchart*. *UML* terdiri dari *use case* diagram, *activity*

diagram, dan sistem perancangan antarmuka yang dibuat.



Gambar 2. *Flowchart*

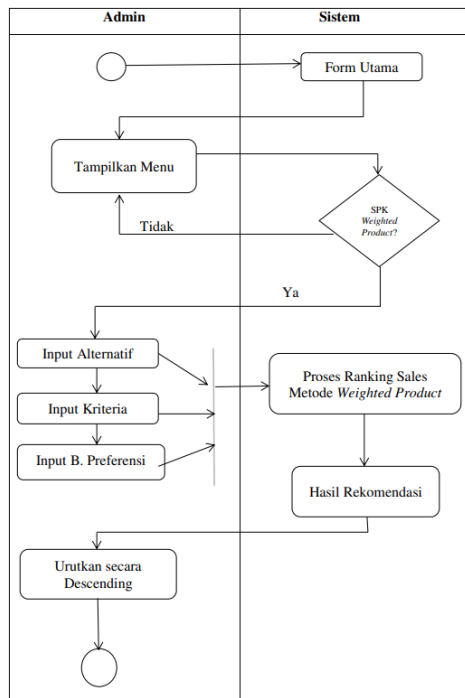
Pada gambar 2. Terdapat *flowchart* yang membantu dalam memahami proses secara keseluruhan dengan melihat urutan alur yang terlibat.



Gambar 3. *Use Case*

Pada gambar 3. Terdapat *use case* *user* dalam menampilkan antarmuka *Weighted Product*, *input* alternatif *sales*,

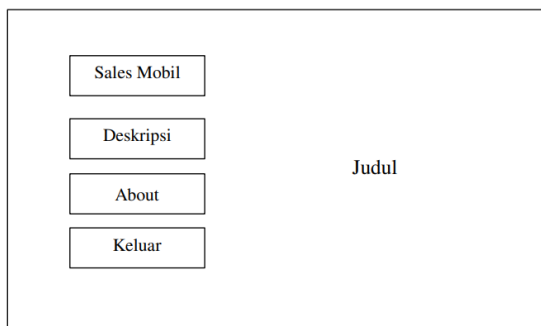
input kriteria dan bobot, proses *Weighted Product*, dan hasil rekomendasi.



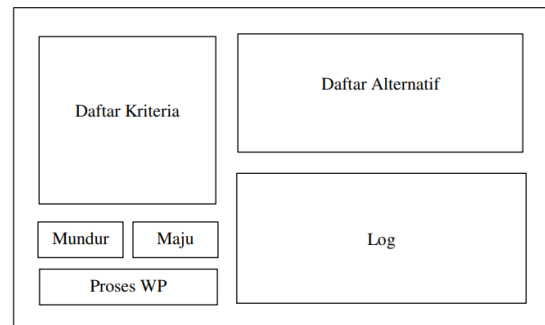
Gambar 4. Activity Diagram

Pada gambar 4. *activity* diagram terdapat alur aktivitas sistem yang dibantu oleh Admin dalam memasukkan perintah dan data.

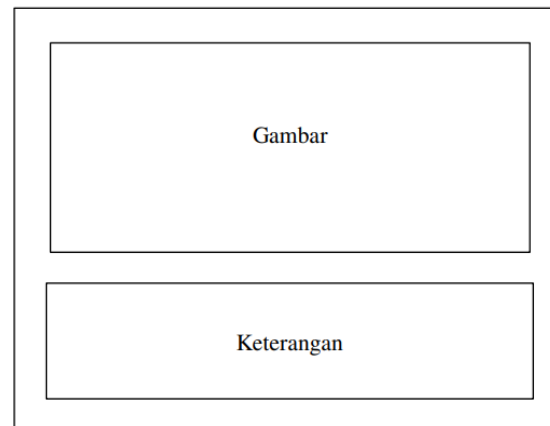
Terdapat sistem perancangan antarmuka sebagai acuan atau dasar bentuk tampilan aplikasi yang akan dibuat.



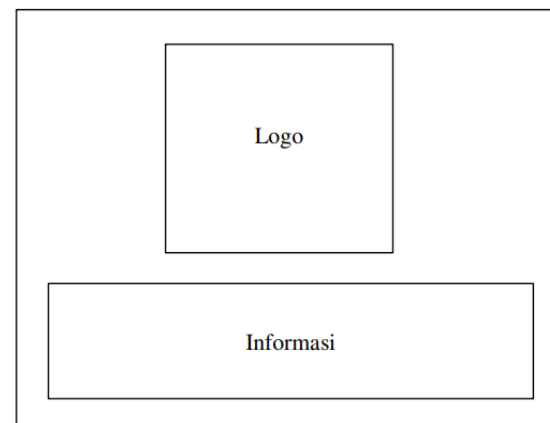
Gambar 5. Tampilan Utama



Gambar 6. Tampilan Sales Mobil



Gambar 7. Tampilan Deskripsi



Gambar 8. Tampilan About

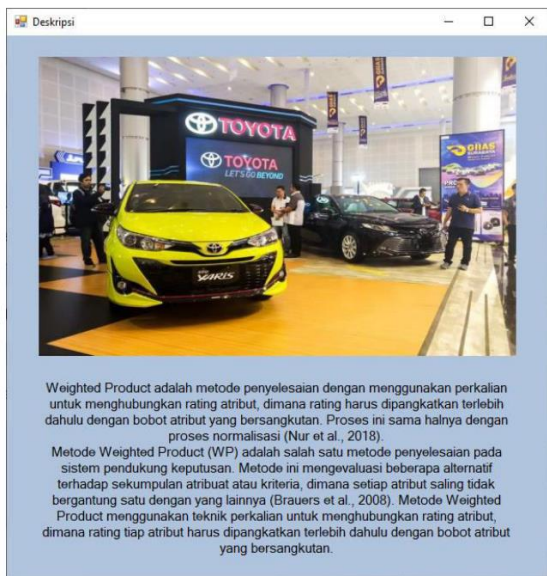
### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukannya perancangan sistem maka selanjutnya akan diimplementasikan pada hasil tampilan sistem yang telah dirancang.



Gambar 9. Halaman Menu Utama

Halaman menu utama merupakan tampilan pertama yang diakses oleh pengguna dalam suatu program. Menu utama berfungsi sebagai penghubung keempat *sub-menu* tersebut.



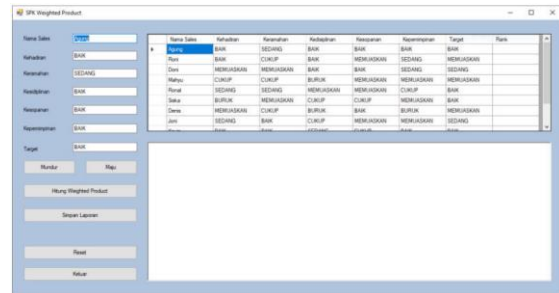
Gambar 10. Halaman Info

Setelah pengguna memilih menu Deskripsi, maka sistem akan menampilkan halaman informasi mengenai metode *Weighted Product* dalam menentukan *sales* mobil terbaik, yang terdiri dari obyek gambar dan keterangan.



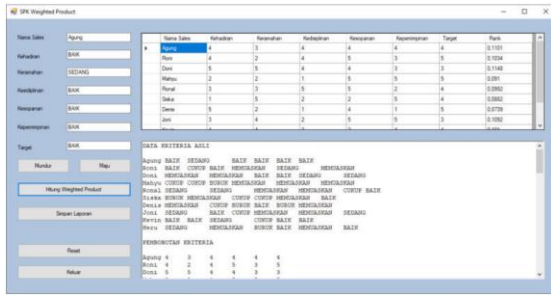
Gambar 11. Halaman About

Halaman ini menampilkan logo informasi tentang penulis, beserta logo dan informasi.



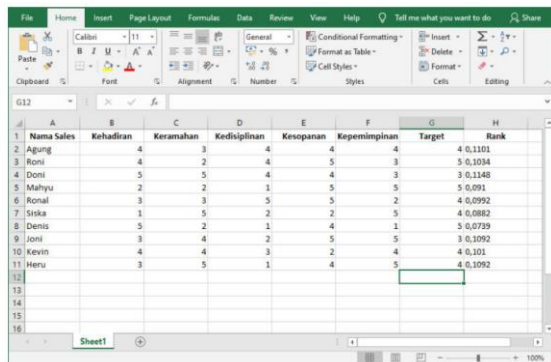
Gambar 12. Halaman SPK *Weighted Product*

Halaman SPK *Weighted Product* berisi tampilan daftar alternatif, kriteria dan beberapa tombol eksekusi untuk melakukan proses perhitungan dalam menentukan *sales* mobil terbaik.



Gambar 13. Hasil Perhitungan SPK Weighted Product

Setelah beberapa tombol eksekusi di tekan maka secara otomatis akan menampilkan hasil perhitungan penentuan sales mobil terbaik yang dapat diurutkan berdasarkan urutan alternatif, atau dari terbesar ke terkecil dan bahkan sebaliknya.



Gambar 14. Hasil Penyimpanan Laporan Perhitungan

Pada halaman ini berisi tentang hasil penyimpanan laporan perhitungan untuk

menentukan sales terbaik dalam bentuk file Excel.

#### IV. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam pengambilan keputusan mengenai penentuan sales mobil terbaik menggunakan metode Weighted Product dapat disimpulkan bahwa Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dapat digunakan sebagai alat yang menarik dan efektif. Metode Weighted Product dapat memberikan hasil dengan cepat. Namun, sangat penting untuk mempertimbangkan penentuan kriteria yang menjadi acuan dengan baik, karena hal ini dapat berdampak pada hasil yang diberikan oleh metode Weighted Product. Dengan cara ini, penggunaan SPK dan penentuan kriteria yang tepat dapat membantu dalam menentukan sales mobil terbaik dengan lebih akurat.

#### DAFTAR PUSTAKA

Dio, A., Syamsuddin, J., & Saputra, H. (2023). Analisis Pengaruh Diskon , Promosi Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda pada PT Istana Deli Kencana ( IDK ) I Medan. 4(4), 3017–3024.

Fitri, L. K. E. (2023). PROSEDUR PELAYANAN PERBAIKAN MOBIL PADA WULING ARISTA LAMPUNG. 1–23.



- Hidayatullah, M. F., & Wadud, M. (2020). *Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza ( Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang )*. 1(2), 19–31.
- Imadussalam, I., Manajemen, P., Indonesia, U. I., Astuti, B., Manajemen, P., Indonesia, U. I., & Indonesia, U. I. (2023). *Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Penjualan Mobil Di Tunas Toyota Cilegon*. 1(3).
- Natasya, C., Teknik, P., Universitas, I., Teknik, P., & Universitas, I. (2021). *Sistem Pendukung Keputusan Diagnosis Klinis pada Perokok Menggunakan Metode Weighted Product*. 01, 60–65.
- Permatasari, R. D. P., & Setyawan, D. (2020). *Analisa Dan Perancangan Sistem Informasi Akuntansi Penjualan Di Capella Dealer*. *JR: Jurnal Responsive Teknik ...*, 4(1), 1–15. <https://doi.org/10.36352/jr.v4i1.171>
- Safitri, M., & Ridho, A. (2020). *Analisis Pengaruh Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Mobil Kijang Innova VI Pada Auto 2000 Di Bandar Lampung*. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 3(03), 1–9. <https://doi.org/10.24967/jmms.v3i03.574>
- Setiawan, N. (2020). *Pengembangan Modul Pada Mata Pelajaran Produk Kreatif Dan Kewirausahaan Untuk Siswa Kompetensi Keahlian Teknik Kendaraan Ringan Otomotif Smk N 2 Pengasih*. *Jurnal Pendidikan Vokasi Otomotif*, 3(1), 95–101. <https://doi.org/10.21831/jpvo.v3i1.36211>
- Supiyandi, S., Siahaan, A. P. U., & Alfiandi, A. (2020). *Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Pegawai Honorer Kelurahan Babura dengan Metode MFEP*. *Jurnal Media Informatika Budidarma*, 4(3), 567. <https://doi.org/10.30865/mib.v4i3.2107>
- Widayati, C. (2018). *Pengaruh Kecerdasan Emosional, Tingkat Pendidikan Dan Karir Terhadap Kinerja Karyawan*. *Jurnal Ekonomi*, XXI(02), 213–231.