

SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN UNTUK PEMILIHAN KEMASAN PRODUK

Eva Faja Ripanti
evaripanti@yahoo.com

Abstrak

Tidak dapat disangkal lagi perkembangan teknologi informasi dan komputer yang sedemikian pesat telah mengubah cara manusia dalam memecahkan permasalahan yang dihadapinya, baik permasalahan yang bersifat semi terstruktur maupun tidak terstruktur. Sistem Pendukung Keputusan (SPK) merupakan salah satu Sistem Informasi berbasis komputer yang dirancang untuk membantu pengambil keputusan dalam memecahkan berbagai permasalahan begitu pula dalam pengambilan keputusan untuk menentukan kemasan produk, karena peranan kemasan bagi suatu produk, tidak hanya sekedar wadah atau pembungkus sebagai pelindung produk tersebut, tetapi lebih dari itu peranan kemasan menjadi lebih penting, karena kemasan tersebut merupakan suatu pemenuhan kebutuhan akibat adanya hubungan interaksi produsen dengan masyarakat pembeli atau konsumen. Untuk itu maka fungsi kemasan harus dapat menjembatani antara kepentingan produsen dan konsumen sehingga bentuk kemasan disamping harus menarik juga dapat berfungsi untuk menyampaikan keterangan dan pesan-pesan dari produk itu sendiri.

Kata Kunci : Sistem Pendukung Keputusan, Kemasan Produk

Pendahuluan

Pada prinsipnya seorang pengambil keputusan membutuhkan informasi yang relevan sebelum memulai proses pembuatan keputusan. Informasi yang dibutuhkan dapat bersifat internal maupun eksternal. Kemajuan teknologi saat ini menyebabkan seseorang dapat mengakses jauh lebih banyak data dan informasi sehingga harus pula menyesuaikan teknik pengambilan keputusan sehingga dapat menghasilkan keputusan yang berharga.

Munculnya beragam produk dengan segala kelebihanannya mendorong perusahaan untuk lebih inovatif, untuk memperluas, mempertahankan dan menjadikan perusahaannya sebagai pemimpin pasar, atau dapat merebut pangsa pasar dari pemimpin pasar, untuk itu dibutuhkan strategi yang tepat agar dapat meningkatkan posisi persaingan,

agar bisa mendapat keuntungan atau minimal dapat bertahan dalam kondisi dan situasi yang terjadi. Strategi pemasaran yang dibutuhkan dalam memperluas pemasaran di dalam buku Alex D. Triana, *Menerapkan Strategi Marketing di Indonesia : Marketing Seminars* (1985) ada 2 (dua) variabel besar yaitu Variabel yang tidak dapat dikontrol dan variabel yang dapat dikontrol. Yang termasuk Variabel yang tidak dapat dikontrol ialah : Keadaan Persaingan, Perkembangan Teknologi, Perubahan Demografik, Kebijakan Politik dan Ekonomi, Sumber Daya Alam.

Ada 4 (empat) variabel utama yang dapat dikontrol oleh pengusaha di dalam kegiatan strateginya yaitu : *Market Segmentation, Marketing Mix, Marketing Budget, Timing. Marketing mix* terdiri atas 4 komponen kegiatan yaitu : *Product, Price, Place, Promotion.*

Secara keseluruhan bahwa keberhasilan pemasaran produk tidak cukup hanya ditunjang oleh mutu produk melalui usaha pemasaran yang ada, tetapi juga sangat ditentukan oleh mutu dan penampilan kemasan dari produk.

Peranan kemasan bagi suatu produk, tidak hanya sekedar wadah atau pembungkus sebagai pelindung produk tersebut, tetapi lebih dari itu peranan kemasan menjadi lebih penting, karena kemasan tersebut merupakan suatu pemenuhan kebutuhan akibat adanya hubungan interaksi produsen dengan masyarakat pembeli atau konsumen.

Untuk itu maka fungsi kemasan harus dapat menjembatani antara kepentingan produsen dan konsumen sehingga bentuk kemasan disamping harus menarik juga dapat berfungsi untuk menyampaikan keterangan dan pesan-pesan dari produk itu sendiri.

Untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumen maka keputusan untuk memilih alternatif desain kemasan suatu produk harus dilakukan dengan baik, tepat dan cepat maka perusahaan membutuhkan suatu sistem pendukung untuk membuat keputusan mengenai produk yang tepat berdasarkan sifat produk, fungsi kemasan, bahan kemasan, dan pasar.

Seorang manager membutuhkan informasi yang relevan sebelum ia bisa memulai proses pembuatan keputusan. Informasi bisa berasal dari dalam maupun luar perusahaan. Kemajuan teknologi komunikasi pada saat ini menyebabkan seorang manager dapat mengakses jauh lebih banyak data dan informasi dibandingkan pada masa-masa sebelumnya. Disamping data dan informasi yang diterima beragam manager harus tanggap terhadap perubahan-perubahan dan harus dapat secepatnya menyesuaikan teknik pengambilan keputusan sehingga tetap

dapat menghasilkan keputusan yang berharga sehingga dibutuhkan alat bantu yang dapat memproses informasi-informasi untuk bisa memberikan alternatif-alternatif keputusan.

Sistem Pendukung Keputusan (SPK), dapat digunakan sebagai suatu sistematis untuk membantu pihak manajemen dalam mengatur elemen-elemen pendekatan yang dibutuhkan dalam menentukan kemasan produk yang tepat untuk suatu produk.

Sistem Pendukung Keputusan (SPK), yaitu suatu sistem informasi berbasis komputer yang menghasilkan berbagai alternatif keputusan untuk membantu manajemen dalam berbagai permasalahan yang terstruktur ataupun tidak terstruktur dengan menggunakan data dan model.

Definisi SPK

Sistem Pendukung Keputusan merupakan salah satu dari sistem informasi berbasis komputer atau yang disebut CBIS (Computer Base Information Systems) yang merupakan sistem interaktif berbasis komputer yang memudahkan pemecahan masalah yang digunakan untuk meningkatkan produktifitas dan kualitas dari orang yang menentukan atau membuat keputusan. SPK merupakan salah satu produk perangkat lunak yang dikembangkan secara khusus untuk membantu manajemen.

Hakekat SPK

SPK merupakan salah satu produk perangkat lunak yang dikembangkan secara khusus untuk membantu manajemen, yang memiliki karakteristik utama :

- Sistem berbasis komputer
- Dipergunakan untuk para pengambil keputusan
- Untuk memecahkan masalah-masalah yang rumit dan

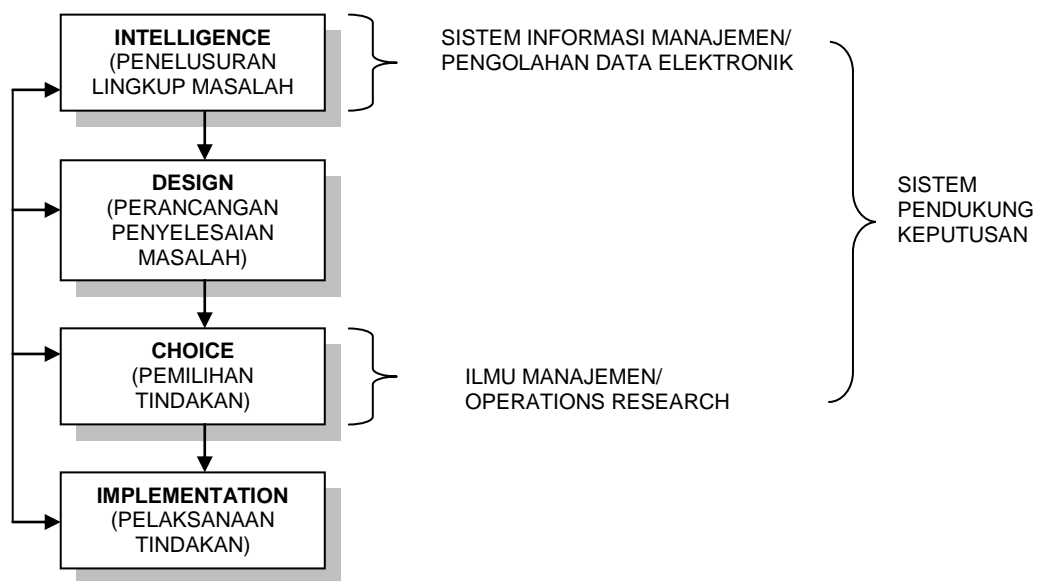
mustahil dilakukan dengan kalkulasi manual

- Melalui cara simulasi yang interaktif
- Komponen utamanya adalah data dan model analisis

Pada dasarnya SPK merupakan pengembangan lebih lanjut dari sistem informasi manajemen terkomputerisasi, yang dirancang sedemikian rupa sehingga bersifat interaktif dengan pemakainya. Sifat

interaktif ini akan memudahkan integrasi antara berbagai komponen dalam proses pengambilan keputusan, seperti prosedur, teknik analisis, pengalaman dan wawasan manajerial guna membentuk kerangka keputusan yang bersifat fleksibel.

Fase proses pengambilan keputusan pada SPK terdiri dari tahap Intelligence, Design, Choice, dan implmentation, yang terlihat di gambar berikut.

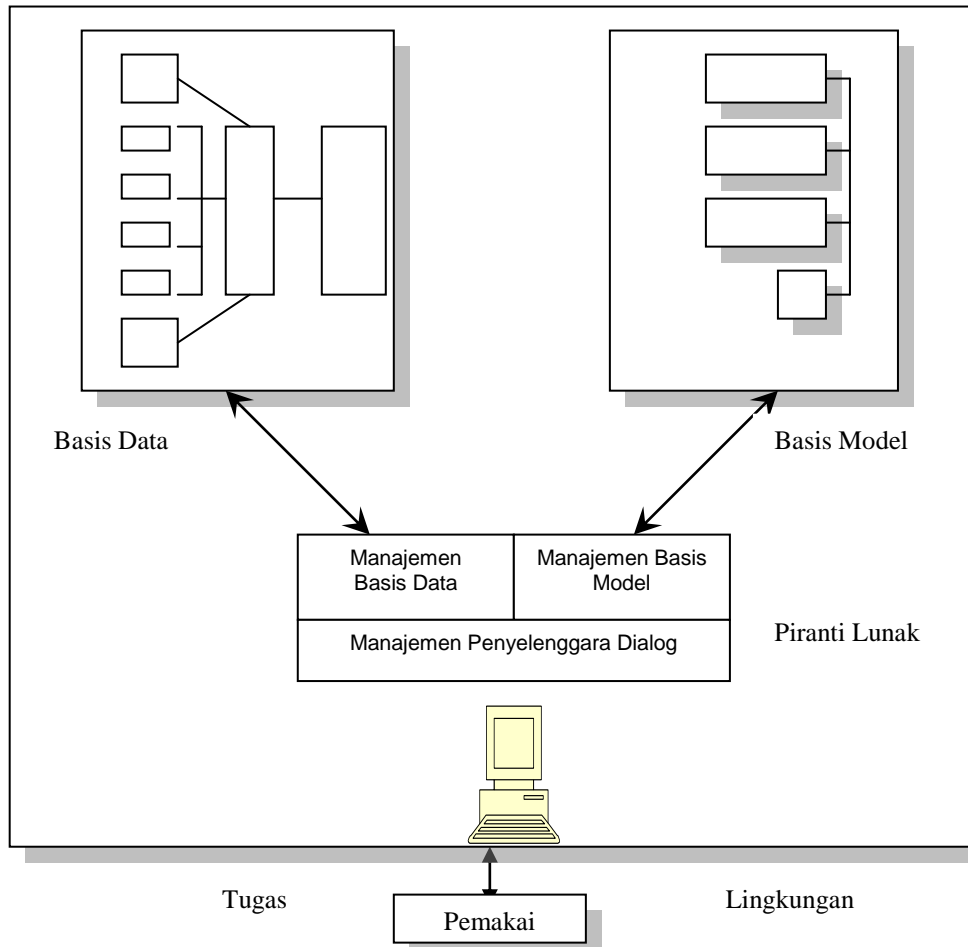


Sumber : Turban, 1995

Gambar 1 Fase Proses Pengambilan Keputusan

SPK memiliki 3 (tiga) komponen subsistem utama yang menentukan kapabilitas teknis sistem pendukung keputusan, yaitu subsistem manajemen basis data,

manajemen basis model dan perangkat lunak penyelenggara dialog, yang terlihat pada gambar berikut.



Sumber : Turban, 1995

Gambar 2 Komponen Sistem Pendukung Keputusan

Implementasi SPK untuk Kegiatan Produksi

Penggunaan SPK pada bidang produksi misalnya merupakan Suatu kegiatan atau proses yang mentransformasikan Masukan menjadi hasil keluaran Yaitu mencakup keluaran yang berupa Barang atau Jasa.

INPUT
OUTPUT

PROSES

Kegiatan yg berhubungan dgn proses pengambilan keputusan, utk mencapai tujuan organisasi, Keputusan dapat berupa :

- Rencana pemasaran
- Rencana produksi
- Rencana tenaga kerja
- Rencana keuangan

Factory Planing

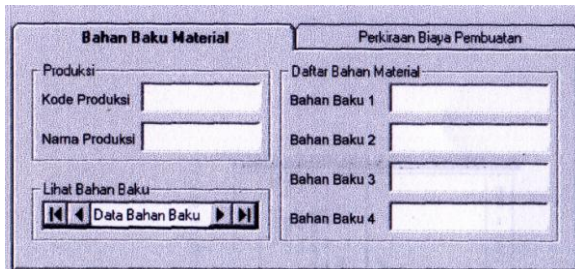
- Proses Produksi
- Material Handling
 - Bahan Baku
 - Perkiraan biaya Pembuatan
- Penggunaan Tenaga Kerja
- Pemasaran, Pengiriman, & Harga
- Database

- Proses / Rencana Produksi
 - Merencanakan Calon Produksi
 - Memperkirakan Pemroduksian
 - Skema Produksi



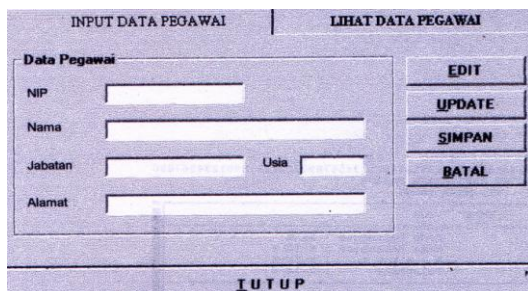
Gambar 3 Menu Skema Produksi

- *Material Handling*
 - Bahan Baku
 - Bahan baku yang dipakai untuk membuat suatu Produk.
 - Perkiraan harga pembuatan produk tsb.



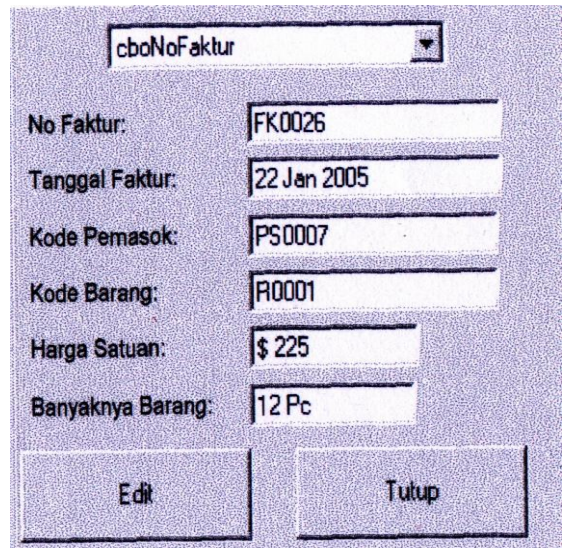
Gambar 4 Menu Material Handling

- Tenaga Kerja
 - Perekrutan Pegawai
 - Data Pegawai
 - Database Pegawai



Gambar 5 Menu Input Pegawai

- Pemasaran Hasil Produksi
 - Pengiriman barang
 - Memasok barang
 - Database barang



Gambar 6 Menu Isian Faktur

Kesimpulan

Pada akhirnya, sukses tidaknya pemakaian SPK dalam membantu pengambil keputusan bergantung dari kemampuan perangkat lunak yang digunakan dan terbatas pada perbendaharaan pengetahuan yang dimiliki sistem. Termasuk permasalahan dalam pemilihan kemasan produk di sebuah perusahaan.

Daftar Pustaka

Alma, Buchari, 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung.

Daihani, Dadan Umar, 2001. *Komputerisasi Pengambilan Keputusan*, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Marimin, 2004. *Kriteria Majemuk : Pengambilan Keputusan*, Grasindo, Jakarta.

Suryadi, Kadarsyah dan Ali Ramdhani, 2002. *Sistem*

Pendukung Keputusan,
Rosda, Bandung.

Turban, Efraim, 1995. *Decision Support and Expert System : Management support system*, 4th edition, Prentice Hall, New Jersey.

Triyana. D. Alex, 1985. *Menerakan Strategi Marketing di Indonesia : Marketing Seminars*, Jakrata.