

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat di seluruh dunia sudah akrab dengan kegiatan jual-beli. Kegiatan jual beli selalu berkembang mengikuti perkembangan zaman. Jika dahulu berjualan dilakukan di pasar tradisional, kini berjualan juga dilakukan pada sebuah perusahaan. Penjualan merupakan sumber hidup bagi suatu perusahaan karena dari perusahaan dapat diperoleh keuntungan serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil produk yang dihasilkan. Penjualan adalah suatu usaha yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli guna mendapatkan penjualan yang menghasilkan keuntungan. Menurut Moekijat (2000) penjualan adalah suatu kegiatan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Dalam penjualan di perusahaan tentunya harus memiliki sebuah target yang hendak dicapai. Target inilah yang disebut dengan target penjualan. Target penjualan adalah angka penjualan yang ingin dicapai yang berasal dari internal perusahaan dan dengan mempertimbangkan faktor-faktor internal lainnya yang merupakan perwujudan rencana pertumbuhan bisnis perusahaan. Target perusahaan tidak hanya tentang uang yang hendak dicapai. Ada beberapa hal yang bisa dikategorikan sebagai sebuah bentuk target penjualan, yaitu target persentase distribusi dari masing-masing produk ke outlet. Target penjualan ini dapat dipahami jika target penjualan berhasil maka persentase jumlah outlet yang menjadi distributor akan bertambah. Target promosi adalah kategori target penjualan yang selanjutnya. Beberapa konsumen akan tertarik membeli produk suatu perusahaan jika konsumen telah terpengaruh secara langsung melalui promosi. Yang terakhir adalah target penjualan dalam jumlah barang dan rupiah. Target penjualan ini biasanya menghitung kesuksesan seorang *sales* dari banyaknya barang yang berhasil ia jual atau banyaknya rupiah yang berhasil didapatkan.

Orang yang berperan dalam mencapai target penjualan adalah tenaga penjualan. Tenaga penjualan memiliki pekerja yang bertugas dilapangan atau disebut sebagai sales. Sales adalah

suatu pekerjaan yang mempunyai tugas untuk menjual produk dengan suatu target tertentu yang sudah ditetapkan oleh perusahaan yang memproduksi produk tersebut. Sales harus berpikir bagaimana dapat menjual produk hingga mencapai target yang telah ditetapkan tanpa harus berpikir untuk memenuhi kepentingan, kebutuhan atau kepuasan konsumen. Jadi sales hanya bekerja untuk mengejar kuantitas atau jumlah produk yang harus terjual.

Ketika seorang sales menjual suatu barang atau jasa, biasanya mendapat minimal target penjualan tiap bulannya dari perusahaan yang mempekerjakannya. Beberapa sales yang tidak dapat memenuhi target penjualan, ia akan mendapat hukuman dari atasannya. hukuman terendah berupa teguran, hukuman paling tinggi adalah pemotongan gaji sampai pemecatan. Contoh hukuman yang diberikan kepada seorang sales terjadi di salah satu perusahaan handphone yang berada di Tuban, dikutip pada TribunNews (27/02/2019) seorang sales yang tidak mencapai target penjualan diberikan hukuman berupa hukuman fisik, yaitu berlari mengelilingi alu-alun, *push-up* dan *squat-jump*. Bahkan pernah disuruh memakan terasi dan garam.

Selain itu menurut Kotler (2003) tenaga penjualan memiliki peran ganda, baik sebagai penghubung perusahaan kepada konsumen, maupun sebagai informasi yang berguna bagi perusahaan tentang konsumen. Karena adanya tugas dan peran yang unik dan target dari perusahaan kepada tenaga penjualan ini membuat tenaga penjualan sangat membebani kemampuan dalam menyelesaikan pekerjaannya, yang akhirnya dapat mengganggu kondisi sosial dan mental tenaga penjualan. Gangguan mental yang paling sering ditemukan pada seorang tenaga penjualan depresi.

Depresi merupakan salah satu gangguan mood, dimana terjadi perubahan emosional, motivasi, fungsi dan perilaku motoric, serta kognitif pada diri seseorang (Nevid, 2003). Depresi menurut WHO (*World Health Organization*) merupakan suatu gangguan mental umum yang ditandai dengan *mood* tertekan, kehilangan kesenangan atau minat, perasaan bersalah atau harga diri rendah, gangguan makan atau tidur, kurang energi, dan konsentrasi yang rendah. Gangguan depresi pada karyawan biasanya tidak terdeteksi karena hanya dianggap sebagai proses dari penuaan yang normal. Ketidaktahuan para anggota keluarga mengenai gejala dan dampak depresi sering menjadi alasan masalah ini kurang ditangani. Jika tidak terdiagnosa dan tidak ditangani secara serius, pada tingkat depresi tertentu masalah gangguan depresi bisa akut dan kronis, yang pada kasus paling parah dapat menyebabkan penderitanya bunuh diri.

Dari kenyataan diatas disusunlah sebuah sistem pakar atau *expert system* yang memiliki peranan dalam mengetahui tingkat depresi pada sales suatu perusahaan dalam memenuhi target penjualan. Sistem pakar didesain dan diimplementasikan dengan bantuan bahasa pemrograman untuk menyelesaikan masalah seperti yang dilakukan oleh para ahli . Data yang tersimpan dalam *database* seakan menginformasikan indikator – indikator dan rule penentuan tingkat depresi pada sales suatu perusahaan dalam memenuhi target penjualan. Sistem pakar dapat menyimpulkan tingkat depresi pada sales penjualan dengan cepat dan akurat dibandingkan melalui perhitungan manual.

Salah satu metode yang biasa digunakan dalam sistem pakar adalah logika *fuzzy*. Konsep ini merupakan peningkatan dari logika boolean dimana segala hal dapat diekspresikan dalam biner 0 atau 1. Penerapan logika *fuzzy* dalam sistem pakar bertujuan untuk mepresentasikan pengetahuan pakar pada lingkungan yang tidak pasti, tidak lengkap dan sangat kompleks. Oleh karena itu logika *fuzzy* sering menggunakan informasi linguistik dan verbal. Pada pembuatan sistem ini juga menggunakan logika *fuzzy* karena faktor yang digunakan bersifat tidak pasti, dan juga tidak memiliki nilai mutlak.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang dapat didefinisikan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana mengakuisisi data gejala depresi pada pada sales?
2. Bagaimana mendesain sistem pakar untuk menentukan tingkat depresi pada sales?
3. Berapa besar kinerja sistem pakar dengan metode *fuzzy tsukamoto* dibanding dengan penilaian psikolog ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini yaitu mendesain sistem pakar untuk menentukan tingkat depresi menggunakan metode *fuzzy tsukamoto* sebagai *tools* bagi pengguna untuk menentukan tingkat depresi yang dialami oleh sales pada suatu perusahaan dalam memenuhi target penjualan.

