

**SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN SALES MARKETING
TERBAIK PADA CV. HONDA UNION MOTOR PALEMBANG DENGAN
MENGGUNAKAN METODE *SIMPLE MULTI ATRIBUT RATING
TECHNIQUE (SMART)***

SKRIPSI

**Sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi
Di Program Studi Sistem Informasi Profesional SI**



Oleh
Nurlia Damayanti
NIM 09031481619029

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI PROFESIONAL
FAKULTAS ILMU KOMPUTER
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
2018**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

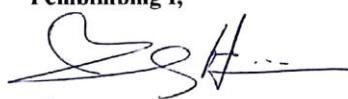
SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN *SALES MARKETING* TERBAIK PADA CV. HONDA UNION MOTOR PALEMBANG DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SIMPLE MULTI ATTRIBUT RATING TECHNIQUE (SMART)*

Sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian
Studi di Program studi Sistem Informasi Profesional

Oleh

Nurlia Damayanti
09031481619029

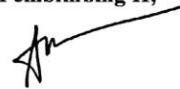
Pembimbing I,



Yadi Utama, S.Kom., M.Kom
NIP. 197901152008011008

Palembang, Desember 2018

Pembimbing II,



Allsela Meiriza, M.T
NIP. 1671035305830008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada :

Hari : Senin

Tanggal : 17 Desember 2018

Tim Penguji :

1. Pembimbing I : Yadi Utama, S.Kom., M.Kom.
2. Pembimbing II : Alselia Meiriza, M.T.
3. Ketua Penguji : Ari Wedhasmara, M.TI
4. Penguji I : Mira Afrina, M.Sc.
5. Penguji II : Dwi Rosa Indah, M.T.



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi


Endang Iestari Ruskan, M.T

NIP 197811172006042001

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurlia Damayanti
Nim : 09031481619029
Program Studi : Sistem Informasi Profesional
Judul Skripsi : Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Sales marketing*
Terbaik Pada CV. Honda Union Motor Palembang dengan
Menggunakan Metode *Simple Multi Atribut Rating
Technique (SMART)*

Hasil Pengecekan *software iThenticare/Turnitin* : 4%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya sendiri dan bukan hasil penjiplakan/plagiat. Apabila ditemukan unsur penjiplakan/plagiat dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan oleh siapapun.



Palembang, Desember 2018



Nurlia Damayanti
NIM. 09031481619029

HALAMAN PERSEMPAHAN

*“Wal-laahu a’Alamu bi a’Adaaikum
wa kafaa bil-laahi walii-yaw wa kafaa bil-laahi naSiyraa”*

(An-Nisa:45)

*“And Allah is Sufficient As a Guardian,
and Allah is Sufficient As a Helper”*

Tugas Akhir ini Ku Persembahkan Kepada :

- *Allah SWT*
- *Kedua orang tua yang kusayangi dan kucintai*
- *Seluruh kuluargaku yang selalu memberikan dukungan dan doa*
- *Dosen pembimbing yang selalu sabar membimbingku*
- *Dosen beserta staff admin Fakultas Ilmu Komputer Jurusan Sistem Informasi*
- *Teman-teman seperjuangan di jurusan Sistem Informasi Profesional 2016*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunianya lah tugas akhir yang berjudul "**Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sales Marketing Terbaik Pada Cv. Honda Union Motor Palembang Dengan Menggunakan Metode Simple Multi Atribut Rating Technique (Smart)**" ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas akhir ini dibuat sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Program Studi Sistem Informasi Profesional pada Universitas Sriwijaya Palembang.

Penulis menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam pembuatan tugas akhir ini, dikarenakan keterbatasan dan pengetahuan yang dimiliki. Namun demikian penulis banyak mendapatkan masukan dan bantuan dari rekan-rekan sesama mahasiswa serta dosen-dosen pengajar yang ada di Universitas Sriwijaya Palembang. Penulis juga berharap saran dan kritik yang bersifat membangun guna memperbaiki tugas ini menjadi lebih baik lagi kedepanya.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah memberi bantuan, bimbingan, pengarahan, dan saran dalam proses penulisan tugas akhir ini, terutama kepada :

1. Kepada Allah SWT yang selalu memberikan berkat dan rahmatNya.
2. Keluarga khususnya kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik moral maupun materil serta doanya.
3. Bapak Jaidan Jauhari, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

4. Bapak Yadi Utama, S.kom., M.Kom, dan Ibu Allsela Meiriza, M.T selaku pembimbing yang telah memberikan masukan dan bantuan dalam penyelesaian tugas akhir ini.
5. *Staff* Bagian Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya Palembang yang juga membantu memberikan data dan informasi dalam penyelesaian tugas akhir ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen beserta *staff* Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya khususnya Program studi Sistem Informasi.
7. Orang-orang terdekat yang juga memberikan dorongan dan motivasi agar selalu berpikir positif.
8. Teman-teman Sistem Informasi Profesional 2016 khususnya Hena, Rika dan Foza, terima kasih atas dukungan yang berharga selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Palembang, Desember 2018

Penulis,

Nurlia Damayanti

NIM 09031481619029

ABSTRAK

SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN SALES MARKETING TERBAIK PADA CV. HONDA UNION MOTOR PALEMBANG DENGAN MENGGUNAKAN METODE *SIMPLE MULTI ATRIBUT RATING TECHNIQUE (SMART)*

Oleh

Nurlia Damayanti

09031481619029

Pemilihan pegawai terbaik secara periodik merupakan salah satu hal yang terpenting dalam manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) di suatu perusahaan. Perusahaan akan memberikan sebuah penghargaan atau *reward* guna untuk memotivasi pegawai dalam meningkatkan dedikasi dan kinerja pegawai, yang mana pegawai dalam hal ini yaitu *sales marketing* dikarenakan peran *sales marketing* yang sangat penting untuk memasarkan produk di CV. Honda Union Motor. Maka tujuan penelitian ini yaitu untuk membangun sebuah Sistem pendukung keputusan (SPK) pemilihan *sales marketing* terbaik yang dapat memperhitungkan segala kriteria yang mendukung pengambilan keputusan. Metode yang diterapkan yaitu metode SMART (*Simple Multi Attribute Rating Technique*), kriteria yang digunakan yaitu target, kedisiplinan, kerjasama, *attitude* dan *skill*. Keluaran dari sistem ini yaitu berupa hasil penilaian, perankingan untuk rekomendasi sales marketing terbaik pada CV. Honda Union Motor.

Kata Kunci : Sistem Pendukung Keputusan, Pemilihan, *Sales*, Hasil Penilaian, SMART (*Simple MultiAttribute Rating Technique*).

ABSTRACT

BEST SALES MARKETING SELECTION DECISION SYSTEM IN CV. HONDA UNION MOTOR PALEMBANG USING SIMPLE MULTI ATRIBUT RATING TECHNIQUE (SMART) METHOD

By

Nurlia Damayanti

09031481619029

The selection of the best employees periodically is one of the most important things in the management of Human Resources (HR) in a company. The company will provide an award or reward in order to motivate employees to increase dedication and employee performance, where employees in this case are sales marketing because the role of sales marketing is very important to market products on CV. Honda Union Motor. So the purpose of this research is to build a decision support system (SPK) for selecting the best sales marketing that can take into account all the criteria that support decision making. The method applied is the SMART method (Simple Multi Attribute Rating Technique), the criteria used are target, discipline, cooperation, attitude and skill. The output of this system is in the form of evaluation results, ranking for the best sales marketing recommendations on the CV. Honda Union Motor.

Keywords: Decision Support System, Selection, Sales, Assessment Results, SMART (Simple MultiAttribute Rating Technique).

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	4
1.3 Manfaat	4
1.4 Batasan Masalah	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Pustaka.....	6
2.2 Sejarah Perusahaan	8
2.3 Visi dan Misi	9

2.3.1 Visi.....	9
2.3.2 Misi	9
2.4 Struktur Organisasi	9
2.5 Pengertian <i>Sales marketing Department</i>	10
2.6 Sistem Pendukung Keputusan (SPK)	11
2.6.1 Karakteristik Sistem Pendukung Keputusan	12
2.6.2 Komponen Sistem Pendukung Keputusan	15
2.6.3 Tahan Pengambilan Keputusan	15
2.7 Metode SMART (<i>Simple Multi Attribute Rating Technique</i>)	16
2.8 Perbandingan Metode Smart dengan Metode lain	19
2.9 Pengembangan Sistem	24
2.9.1 <i>Data Flow Diagram</i> (DFD)	24
2.9.2 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD)	27
2.10 MySQL	28
2.11 <i>Page Hypertext Preprocessor</i> (PHP)	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis dan Metode Pengumpulan Data	30
3.1.1 Sumber Data Primer	30
3.1.2 Sumber Data Sekunder	31
3.2 Metode Pengembangan sistem	31
3.3 Metode Analisis Data Menggunakan metode SMART <i>(Simple Multi Attribute Rating Technique)</i>	34

3.3.1 Menentukan Kriteria	34
3.3.2 Penentuan Skala Untuk Perhitungan Bobot Kriteria	33
3.3.3 Normalisasi Bobot Kriteria.....	39
3.3.4 Menentukan nilai <i>utility</i>	39
3.3.5 Menentukan nilai akhir	44
3.3.6 Urutan Prioritas Alternatif (Ranking)	45
BAB IV ANALISIS SISTEM	47
4.1 Gamabaran umum	47
4.1.1 Gambaran umum sebelum adanya sistem	47
4.1.2 Gambaran umum yang diusulkan	47
4.2 Analisis sistem	48
4.2.1 Analisis <i>Bussiness Process</i>	48
4.2.2 Analisis Permasalahan	49
4.2.2.1 <i>Ishikawa Diagram</i>	49
4.2.2.2 <i>Cause Effect Analysis & System Improvement Objective</i>	50
4.3 Analisis Kebutuhan (<i>Requirement Analysis</i>)	51
4.3.1 Kebutuhan Fungsional	51
4.3.2 Kebutuhan Non-Fungsional	52
4.4 Perancangan Sistem	53
4.4.1 <i>Data Flow Diagram (DFD)</i>	53
4.4.2 <i>Entity Relationship Diagram (ERD)</i>	60
4.5 <i>Physical Data Flow Diagram (PDFD)</i>	61

4.5.1 PDFD level detail dari proses 1 <i>login</i>	61
4.5.2 PDFD level detail dari proses 2 kriteria	61
4.5.3 PDFD level detail dari proses 3 <i>sales</i>	62
4.5.4 PDFD level detail dari proses 4 penilaian	62
4.6 Kamus Data	63
4.7 Desain tabel	66
4.8 Rancangan <i>interface</i>	70
4.8.1 Rancangan tampilan <i>home</i>	70
4.8.2 Rancangan tampilan visi dan misi	71
4.8.3 Rancangan tampilan <i>login</i>	71
4.8.4 Rancangan tampilan menu utama <i>admin</i>	72
4.8.5 Rancangan tampilan menu <i>manager</i>	75
4.9 Hasil	79
4.10 Pembahasan	79
4.10.1 Halaman <i>home</i>	79
4.10.2 Halaman visi dan misi	80
4.10.3 Halaman <i>login</i>	80
4.10.4 Halaman untuk <i>admin</i>	81
4.10.5 Halaman tampilan untuk <i>manager</i>	85
4.11 Hasil Uji Coba	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	90

5.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Logo Honda.....	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi CV. Honda Union Motor Palembang.....	10
Gambar 2.1 Karakteristik SPK.....	12
Gambar 4.1 <i>Ishikawa Diagram</i> proses penilaian yang tergolong rumit	49
Gambar 4.2 <i>Ishikawa Diagram</i> proses perhitungan secara tertulis dan belum memiliki metode perhitungan	50
Gambar 4.3 Diagram konteks	54
Gambar 4.4 Diagram 0.....	55
Gambar 4.5 Diagram detail proses 1.0	56
Gambar 4.6 Diagram detail proses 2.0	57
Gambar 4.7 Diagram detail proses 3.0	58
Gambar 4.8 Diagram detail proses 4.0	58
Gambar 4.9 <i>Entity Relationship Diagram</i> (ERD)	60
Gambar 4.10 PDFD proses login	61
Gambar 4.11 PDFD proses kriteria	61
Gambar 4.12 PDFD proses <i>sales</i>	62

Gambar 4.13 PDFD proses penilaian	62
Gambar 4.14 Rancangan tampilan <i>home</i>	70
Gambar 4.15 Rancangan tampilan visi dan misi	71
Gambar 4.16 Rancangan tampilan profil <i>login</i>	71
Gambar 4.17 Rancangan tampilan utama <i>admin</i>	72
Gambar 4.18 Rancangan tampilan menu kriteria.....	72
Gambar 4.19 Rancangan tampilan pada menu edit kriteria	73
Gambar 4.20 Rancanga tampilan pada menu <i>sales</i>	73
Gambar 4.21 Rancangan tampilan tambah data.....	74
Gambar 4.22 Rancanga tampilan edit <i>sales</i>	74
Gambar 4.23 Rancanga tampilan menu <i>manager</i>	75
Gambar 4.24 Rancanga tampilan daftar user	76
Gambar 4.25 Rancanga tampilan menu penilaian.....	76
Gambar 4.26 Rancanga tampilan menu hasil penialaian	77
Gambar 4.27 Rancanga tampilan pada menu perhitungan.....	78
Gambar 4.28 Halaman home	79
Gambar 4.29 Halaman visi dan misi	80
Gambar 4.30 Halaman login	80

Gambar 4.31 Halaman utama admin	81
Gambar 4.32 Halaman menu kriteria	81
Gambar 4.33 Halaman menu tambah kriteria	82
Gambar 4.34 Halaman edit kriteria	82
Gambar 4.35 Halaman menu subkriteria	83
Gambar 4.36 Halaman menu <i>sales</i>	83
Gambar 4.37 Halaman edit <i>sales</i>	84
Gambar 4.38 Halaman tambah data	84
Gambar 4.39 Halaman <i>import</i> data <i>sales</i>	85
Gambar 4.40 Halaman menu utama <i>manager</i>	85
Gambar 4.41 Halaman daftar <i>user</i>	86
Gambar 4.42 Halaman menu penilaian	86
Gambar 4.43 Halaman menu hasil penilaian	87
Gambar 4.44 Halaman perhitungan	87

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 2.1 Perbandingan Metode Smart dengan Metode Lain.....	19
Tabel 2.1 <i>Data Flow Diagram Symbol</i>	26
Tabel 2.2 Simbol-Simbol dalam <i>Entity Relationship Diagram</i>	28
Tabel 3.1 Data awal masing masing <i>Sales Marketing</i>	35
Tabel 3.2 Parameter Ukuran kriteria dengan nilai 1-100.....	35
Tabel 3.3 Parameter Ukuran Berdasarkan Target Penjualan	36
Tabel 3.4 Parameter Ukuran Berdasarkan Kedisiplinan	36
Tabel 3.5 Parameter Ukuran Berdasarkan Kerjasama tim	37
Tabel 3.6 Parameter Ukuran Berdasarkan <i>Attitude</i>	38
Tabel 3.7 Parameter Ukuran Berdasarkan <i>Skill</i>	38
Tabel 3.8 Normalisasi Bobot kriteria	39
Tabel 3.9 Sifat kriteria yang diberikan	40
Tabel 3.10 Matriks Perhitungan Nilai <i>Utility</i>	43
Tabel 3.11 Nilai akhir yang di dapatkan	45
Tabel 3.12 Perangkingan yang di dapatkan berdasarkan nilai akhir	46
Tabel 4.1 <i>Cause Effect Analysis & System Improvement Objective</i>	50

Tabel 4.2 <i>User</i>	67
Tabel 4.3 <i>sales</i>	67
Tabel 4.4 penilaian	68
Tabel 4.5 Target	68
Tabel 4.6 Kedisiplinan	69
Tabel 4.7 Kerjasama	69
Tabel 4.8 <i>Attitude</i>	69
Tabel 4.9 <i>Skill</i>	70
Tabel 4.10 Pengujian <i>blackbox</i>	88

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Karyawan merupakan salah satu asset terpenting yang dimiliki oleh perusahaan dalam usahanya mempertahankan kelangsungan hidup, berkembang, kemampuan bersaing, serta mendapatkan laba. Kualitas karyawan sebuah perusahaan berpengaruh terhadap kualitas perusahaan itu sendiri, agar kualitas para karyawan terjaga dan meningkat diperlukan suatu penilaian kinerja pegawai berupa pemilihan karyawan terbaik. Karena persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif memacu perusahaan untuk berupaya lebih keras dalam meningkatkan kualitas karyawannya. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, karena sumber daya manusia yang baik dapat meningkatkan produktifitas dan prestasi sebuah perusahaan (Firdaus & Herman, 2016).

CV. Honda Union Motor merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran kendaraan bermotor roda empat (mobil) merek Honda, strategi pemasaran yang dikembangkan untuk meningkatkan layanan 3S, yaitu : *Sales* (penjualan), *Service* (layanan) , dan *Spare part* (suku cadang). CV. Honda Union Motor mempunyai cukup banyak pegawai pada divisi pemasaran yang biasa disebut *sales marketing*, yang mana peran *sales marketing* adalah sangat penting untuk memasarkan produk yang ada di CV. Honda Union Motor itu sendiri. Dalam pemilihan *sales marketing* terbaik di lakukan dalam 3 bulan 1 kali dan akan diakumulasi pada awal tahun atau bulan januari untuk perhitungan tahun sebelumnya. Oleh karena itu diperlukan pemilihan *sales marketing* terbaik dalam penilaian kinerja untuk

memberikan umpan balik bagi manajer maupun pegawai *marketing* untuk melakukan perbaikan dan meninjau kembali kualitas kinerja *sales marketing*nya. Penentuan *sales marketing* terbaik diperlukan agar membuat perusahaan dapat memberikan *reward*, gaji dan bonus sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Hal ini dimaksudkan untuk mendorong setiap pegawai untuk selalu memberikan kinerja yang terbaik bagi perusahaan dalam melaksanakan tugas dan kewajibanya di perusahaan.

Memilih *sales marketing* dari kinerjanya seharusnya dapat mencerminkan kemampuannya dalam memahami apa yang menjadi tujuan, sasaran, dan harapan perusahaan. Namun sejauh ini hasil dari penilaian untuk memilih *sales marketing* tersebut masih belum mencerminkan suatu hasil kinerja yang mampu memberikan *sales manager* atau pimpinan sebuah pencerahan yang dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan atau pengembangan perusahaan jangka panjang. Pemilihan yang selama ini dilakukan hanya menerapkan beberapa dasar kriteria yang berbeda satu sama lain. Pemilihan *sales marketing* terbaik akan tergolong berhasil jika pemilihan tersebut menyesuaikan variable atau kriteria dari objek yang dinilai. Namun hal ini tidak memungkinkan karena selain memerlukan waktu yang panjang juga memerlukan biaya yang cukup besar.

Sebagai solusi dari masalah yang ada, maka penulis akan membuat sebuah sistem pendukung keputusan terkomputerisasi yang dapat membantu pimpinan CV. Honda Union Motor dalam proses pemilihan *sales marketing* terbaik. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan ini adalah kriteria yang mencerminkan aspek pemilihan kinerja *sales* yaitu target, kedisiplinan, kerjasama, *attitude* dan *skill*.

Sistem Pendukung Keputusan yang digunakan dengan membandingkan beberapa kriteria dan beberapa alternatif yaitu menggunakan metode SMART (*Simple Multi Attribute Rating Technique*) Salah satu metode yang dapat menyelesaikan masalah pengambilan keputusan multikriteria. Metode ini merupakan metode pengambilan keputusan yang dikembangkan oleh *Edward* pada tahun 1977. Kelebihan metode ini adalah metode ini merupakan metode pengambilan keputusan yang fleksibel. Menurut (Honggowibowo, 2015), metode SMART cukup efektif untuk diterapkan dalam sistem pendukung keputusan sesuai dengan uji sistem yang dilakukan. Perhitungan pada metode SMART juga sederhana sehingga mempermudah dalam merespon kebutuhan pembuat keputusan dan mempermudah menganalisa data serta dapat diterima oleh pengambil keputusan. Kesederhanaan inilah yang menjadi salah satu penyebab penulis menggunakan metode ini untuk menyelesaikan masalah pengambilan keputusan multikriteria karena permasalahan yang sedang dibahas juga termasuk dalam permasalahan multikriteria. Hal ini sejalan dengan pendapat Suryanto dan M. Safrizal, (2015) yang menggunakan metode SMART pada penelitiannya karena metode ini mampu menyelesaikan masalah dengan multikriteria.

Dengan menerapakan metode SMART pada penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pemilihan *sales marketing* terbaik secara objektif. Dari uraian di atas maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah tersebut menjadi proposal skripsi dengan judul “**Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sales marketing Terbaik Pada CV. Honda Union Motor Palembang dengan Menggunakan Metode Simple Multi Atribut Rating Tachnique (SMART)**”.

1.2 Tujuan

1. Menerapkan metode SMART dalam membangun Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan *Sales marketing* Terbaik Pada CV. Honda Union Motor Palembang.
2. Membantu pihak CV. Honda Union Motor Palembang untuk mendapatkan hasil penilaian kinerja dalam pemilihan *sales marketing* terbaik yang lebih akurat.

1.3 Manfaat

1. Mempermudah proses pemilihan *sales marketing* terbaik pada CV. Honda Union Motor Palembang.
2. Menghasilkan data yang lebih obektif sesuai dengan kondisi kinerja *sales marketing*.

1.4 Batasan Masalah

1. Membahas proses penilaian kinerja dalam pemilihan *sales marketing* terbaik.
2. Metode yang digunakan untuk penyelesaian permasalahan di atas tersebut adalah *Simple Multi Atribut Rating Tachnique* (SMART).
3. Mengurangi unsur pada penilaian yang lama agar penilaian yang didapat lebih subjektif dan kongkrit.
4. Sistem memproses kriteria-kriteria yang dimaksud dan menghasilkan keluaran berupa sebuah keputusan yang menentukan *sales marketing* terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- bahri, s. (2015). PERBANDINGAN METODE WEIGHTED PRODUCT DAN SIMPLE MULTIATTRIBUTE.
- Dwi Novianti, Indah Fitri Astuti, & Khairina, D. M. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Berbasis Web Untuk Pemilihan Cafe.
- Endang Lestari, M. (2017). KOLABORASI METODE SAW DAN AHP UNTUK SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PENILAIAN KINERJA ASISTEN LABORATORIUM.
- Firdaus, & Herman, I. (2016). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Karyawan Terbaik menggunakan Metode AHP dan Topsis.
- Honggowibowo, A. S. (2015). Metode SMART (Simple multi attribute rating technique).
- Jeffery L. Whitten, L. D. (2004). Metode Desain & Analisis Sistem Edisi 6. Yogyakarta: Andi.
- Kristanto, A. (2008). Perancangan sistem informasi. Yogyakarta: Gava Media.
- Nordbotten, S. (2009). *Introduction to PHP5 with MySQL*. Bergen.
- Pascaprahastyan , R. A. (2014). Rancang bangun sistem informasi manajemen arsip rumah sakit bedah Surabaya berbasis web. *Jurnal Sistem Informasi (JSIKA)*, 139-143.
- Sihite. ((1996:2). Sales & marketing departement.
- Suryanto, & safrizal, M. (2015). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Teladan denganMetode SMART (Simple Multi Attribute Rating Technique).
- Sutanta, E. (2011). Basis Data dalam Tinjauan Konseptual. Yogyakarta: Andi.
- Syafitri, N. A., Sutardi, & Dewi, A. P. (2016). Penerapan Metode Weighted Product Dalam Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Laptop Berbasis Web. *SemanTIK*, 169-176.
- Yunitarini, R. (2013). Sistem pendukung keputusan pemilihan penyiar radio terbaik.
- Zarate. (2009). Sistem pendukung keputusan (SPK).