

Sistem Pendukung Keputusan Pengembangan Area Pemasaran Harian Radar Menggunakan Metode Profile Matching

MOHAMMAD NOOR RIDHOLLAH

*Program Studi Teknik Informatika - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : izzoedhatake@yahoo.com

ABSTRAK

Salah satu yang dirasa perlu untuk memanfaatkan materi dari teknologi informasi adalah Harian Radar yang bergerak dalam bidang pemasaran produk berita memandangi untuk memaksimalkan penjualan maka harus pengembangan area pemasaran dan selama ini sudah dilakukan di beberapa kota diantaranya Kudus, Semarang. Namun dari hasil yang didapatkan Harian Radar belum mampu melakukan penjualan sesuai target. Untuk kota Kudus penjualan hanya mampu menembus angka 50 % dari jumlah yang ditargetkan, sedangkan pada karisidenan Kedu hanya mampu menembus angka 40% saja. Pada rencana pengembangan area pemasaran sebelumnya, pengembangan dilakukan di kota Kudus dan karisidenan Kedu didasarkan pada kriteria jumlah penduduk dan kedekatan dengan kota saja, dimana jumlah penduduk di kecamatan Kudus dan Kedu menempati urutan tidak jauh dari kota Semarang. Untuk menentukan pengembangan area pemasaran mestinya tidak didasarkan hanya pada beberapa kriteria saja namun masih banyak kriteria yang dapat dijadikan acuan pengembangan produk, apalagi mengingat banyak kompetitor harian berita lainnya. Beberapa kriteria lain yang mesti ditambahkan diantaranya tingkat pendapatan masyarakat, mata pencaharian, jumlah penduduk, jenis harian yang beredar, tingkat pendidikan. Perlu sistem pendukung keputusan yang mampu menghimpun beberapa kriteria yang ada untuk kemudian dilakukan pembobotan dari masing-masing kriteria, selanjutnya dari data yang telah diolah akan diperoleh hasil ranking lokasi mana saja yang menjadi prioritas pengembangan area. Salah satu metode untuk sistem pendukung keputusan adalah profile matching.

Kata Kunci : Sistem, Pendukung, Keputusan, Pengembangan Area, Profile Matching

Decision Support Systems For Radar Post Marketing Area Development Using Profile Matching Method

MOHAMMAD NOOR RIDHOLLAH

*Program Studi Teknik Informatika - S1, Fakultas Ilmu
Komputer, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

URL : <http://dinus.ac.id/>

Email : izzoedhatake@yahoo.com

ABSTRACT

One that is necessary to make use of material from Radar Post information technology is engaged in the marketing of products to maximize sales saw the news it must be the development of the marketing area and so far has been done in some cities such as Kudus and Semarang. However, the results obtained from the Radar Post has not been able to sell on the target. For the Kudus sales only able to break the 50% of the targeted amount, while the Kedu area only able to penetrate the figure of 40% only. In the previous marketing area development plan, development is done in the Kudus and Kedu based on the criteria of population and proximity to the city alone, where the number of residents in the district and the Kudus, Kedu ranks not far from the Semarang. To determine the development of the marketing area should not be based only on a few criteria alone, but there are many criteria that can be used as a reference product development, especially given the many other newspaper competitors. Some of the other criteria that must be added including income levels, population, type of newspaper circulation, level of education. Decision support systems need to be able to collect some of the criteria that exist to then be weighted of each criterion, then from the data that has been processed will get results rank any location is a priority development area. One method for decision support system is profile matching.

Keyword : Sistem, Pendukung, Keputusan, Pengembangan Area, Profile Matching