

**SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN MEDIA SOSIAL UNTUK  
PENJUALAN KAIN TENUN SAMBAS MENGGUNAKAN METODE  
ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

**TUGAS AKHIR**



**Disusun oleh:  
WAWAN SETIAWAN  
NIM. 17.122.1081**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNIK & ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
2021**

# **PERNYATAAN KEASLIAN**

## **SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENJUALAN KAIN TENUN SAMBAS MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

### **TUGAS AKHIR**

Saya mengaku isi ini hasil kerja saya sendiri ke cialikutipan dan ringkasan yang sudah dicantumkan masing-masing sumbernya.

Pontianak, 06 Januari 2021

Wawan Setiawan

NIM. 171221081

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertandatangan dibawah ini Dosen Pembimbing Tugas Akhir,  
menerangkan bahwa:

Nama	: Wawan Setiawan
NIM	: 171221081
Judul	: Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Media Sosial Untuk Penjualan Kain Tenun Sambas Menggunakan Metode <i>Analytical Hierarchy Process</i> (AHP)

### Diperiksa dan Disetujui

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
<u>Alda Cendekia Siregar, S.Kom, M.Cs</u> NIDN. 1113098502	<u>Asrul Abdullah, S.Kom, M.Cs</u> NIDN. 1128059002

Mengetahui  
Dekan Fakultas Teknik & Ilmu Komputer

**Fuazen, ST., MT**  
**NIDN. 11.2208.7301**

## PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR

Tugasakhirinitalahdisidangkan dan dipertahankan di depantimpenguji pada hariSelasa, 26Januari2021dan dapatditerimasebagai salah satusaratakhirstudi pada Program Studi Teknik InformatikaFakultas Teknik &IlmuKomputer Universitas Muhammadiyah Pontianak

### Tim Pembimbing

DosenPembimbing I	DosenPembimbing II
<b><u>AldaCendekiaSiregar, S.Kom, M.Cs</u></b> NIDN. 1113098502	<b><u>Asrul Abdullah, S.Kom, M.Cs</u></b> NIDN. 1128059002

### Tim Penguji

DosenPenguji I	DosenPenguji II
<b><u>Syarifah Putri AgustiniAlkadri, S.T,</u></b> <b><u>M.Kom</u></b> NIDN. 1111088803	<b><u>Barry CeasarOctariadi, S.Kom, M.Cs</u></b> NIDN. 1125108601

Mengetahui  
DekanFakultas Teknik&IlmuKomputer

**Fuazen, ST., MT**  
**NIDN. 11.2208.7301**

## ABSTRAK

Promosi merupakan salah satu unsur dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa. Pemilihan media promosi yang tepat akan meningkatkan penjualan dan omset perusahaan. Kain Tenun Sambas atau juga yang disebut kain Songket Sambas adalah kain khas budaya masyarakat Sambas. Seiring berjalannya waktu jumlah penenun kain Sambas mengalami penurunan jadi produk yang dihasilkan semakin sedikit, ada kecenderungan di masa depan pemasaran yang tidak optimal karena produksinya sedikit, agar produk kembali menjadi banyak adalah dengan cara mempromosikan produk sehingga penjualan kain tenun semakin meningkat. Metode yang digunakan dalam pengambilan keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kain tenun Sambas adalah metode Analytical Hierarchy Process (AHP). Dalam melakukan perhitungan menggunakan metode AHP telah didapatkan nilai prioritas dari setiap kriteria antara lain : Rentang Usia 0.59, Jenis Kelamin 0.23, Jumlah Pengguna 0.13, dan Popularitas 0.05 sehingga mendapatkan hasil akhir dan memperoleh nilai bobot dari setiap alternatif antara lain : Facebook 0.25, Instagram 0.09, Twitter 0.46, dan Youtube 0.26. Persentase tingkat kesalahan perhitungan telah didapatkan hasil dari setiap alternatif antara lain : Facebook 0%, Instagram 2%, Twitter 1%, Youtube 2% dan persentase akurasi perhitungan telah didapatkan hasil dari setiap alternatif antara lain : Facebook 100%, Instagram 98%, Twitter 99%, dan Youtube 98%.

**Kata Kunci:** Sistem Pendukung Keputusan, AHP, Media Sosial, Kain Tenun Sambas

## **ABSTRACT**

*Promotion is one of the marketing elements that are very important to be carried out by companies in marketing service products. Selection of the right promotional media will increase sales and company turnover. Sambas woven cloth or Songket Sambas cloth is a typical cloth of the Sambas community culture. As time goes by, the number of Sambas cloth weavers has decreased so that the products produced will be less; there is a tendency that in the future the marketing will not be optimal because there are few products so that the product returns to a large number is by promoting products so that the sale of this woven fabric will increase. The method used in the decision making of social media selection for the sale of Sambas woven fabrics is the Analytical Hierarchy Process (AHP) method. In calculating using the AHP method, the priority value of each criterion has been obtained, including Age Range 0.59, Gender 0.23, Number of Users 0.13, and Popularity 0.05 so that you get the final result and get the weight value of each alternative, including Facebook 0.25, Instagram 0.09, Twitter 0.46, and Youtube 0.26. The percentage of the calculation error rate has obtained the results of each choice, including Facebook 0%, Instagram 2%, Twitter 1%, Youtube 2% and the percentage of calculation accuracy has obtained the results of each alternative, including Facebook 100%, Instagram 98%, Twitter 99%, and Youtube 2%. 05 so that you get the final result and get each alternative's weight value, including Facebook 0.25, Instagram 0.09, Twitter 0.46, and Youtube 0.26. The percentage of the calculation error rate has obtained the results of each alternative, including Facebook 0%, Instagram 2%, Twitter 1%, Youtube 2% and the percentage of calculation accuracy has obtained the results of each alternative, including Facebook 100%, Instagram 98%, Twitter 99%, and Youtube 2%. 05 so that you get the final result and get each alternative's weight value, including Facebook 0.25, Instagram 0.09, Twitter 0.46, and Youtube 0.26. The percentage of the calculation error rate has obtained the results of each alternative, including Facebook 0%, Instagram 2%, Twitter 1%, Youtube 2% and the percentage of calculation accuracy has obtained the results of each alternative, including Facebook 100%, Instagram 98%, Twitter 99%, and Youtube 98%.*

*Keywords: Decision Support System, AHP, Media Social, Kain Tenun Sambas*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kepada Allah SWT, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENJUALAN KAIN TENUN SAMBAS MENGGUNAKAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* (AHP)” atas motivasi yang telah diberikan kepada penulis, oleh karena itu penulis banyak mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua Orang Tua tercinta yang menjadidasar motivasi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Banyak sekalidukungan yang telah diberikan kepada penulis baik secara moril maupun materi.
2. Ibu Alda Cendekia Siregar, S.Kom., M.Cs., sebagai pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat berguna dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
3. Bapak Asrul Abdullah, S.Kom., M.Cs., selaku pembimbing kedua dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
4. Seluruh Dosen dan tenaga Dosen yang pernah mengajar di Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer yang sudah memberikan ilmu dari awal perkuliahan hingga sekarang.
5. Seluruh pengurus Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer yang sudah memberikan pelayanan kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Kepada sahabat khususnya kelas 01 Teknik Informatika angkatan 2016, banyak sukaduka yang telah dilalui selama perkuliahan hingga sampai penulis menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepala dan staff perpustakaan Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah membantupenulis dalam mencari referensi.

Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pengembangan teknologi informasi di masa depan.

Pontianak, 06 Januari2021

Wawan Setiawan

NIM. 171221081



# DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
PENGESAHAN SIDANG TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR RUMUS.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Metodologi.....	4
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI.....	7
2.1 Penelitian Terkait.....	7
2.2 Sistem Pendukung Keputusan.....	8
2.2.1 Karakteristik SPK.....	9
2.2.2 Komponen-Komponen Sistem Pendukung Keputusan.....	10
2.3 AHP.....	11

2.3.1	Langkah – langkah dalam metode AHP.....	14
2.3.2	Kelebihan AHP .....	16
2.4	Promosi.....	17
2.5	Media Sosial .....	17
2.5.1	Facebook .....	17
2.5.2	Instagram.....	18
2.5.3	Twitter .....	19
2.5.4	Youtube.....	19
2.6	Perancangan Sistem.....	20
2.6.1	Waterfall.....	20
2.6.2	UML.....	21
2.6.3	ERD.....	25
2.7	Bahasa Pemrograman .....	26
2.7.1	PHP .....	26
2.7.2	MYSQL.....	27
2.8	Pengujian Black Box .....	28
2.9	Pengujian User Acceptance Test.....	28
BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM.....		31
3.1	Analisa.....	31
3.1.1	Analisa Data .....	31
3.1.2	Tahapan Pengembangan Sistem Yang Diajukan .....	32
3.2	Perancangan Sub Sistem Model .....	33
3.2.1	Pengelompokan Kriteria-kriteria Menjadi Sebuah Hirarki .....	33
3.2.2	Penentuan Skala Untuk Perhitungan Bobot Kriteria.....	34
3.2.3	Penentuan Skala Untuk Data Media Sosial.....	34
3.2.4	Perhitungan AHP .....	35

3.3	Perancangan Basis Data .....	43
3.3.1	Perancangan ERD .....	45
3.3.2	Relasi Tabel.....	46
3.4	Perancangan Aplikasi .....	47
3.4.1	<i>Use Case Diagram</i> .....	47
3.4.2	<i>Activity Diagram</i> .....	49
3.4.3	<i>Sequence Diagram</i> .....	55
3.5	Perancangan Tampilan .....	55
BAB IV PENGUJIAN DAN HASIL.....		58
4.1	Hasil Perancangan .....	58
4.1.1	Halaman Login.....	58
4.1.2	Halaman Alternatif.....	59
4.1.3	Halaman Kriteria.....	61
4.1.4	Halaman Sub Kriteria.....	63
4.1.5	Halaman Hasil.....	67
4.2	Hasil Pengujian Sistem.....	67
4.2.1	Skenario Login .....	68
4.2.2	Skenario Alternatif.....	71
4.2.3	Skenario Kriteria .....	73
4.2.4	Skenario Sub Kriteria .....	75
4.3	Analisis Hasil Perancangan Dan Pengujian Sistem.....	73
4.4	Hasil Pengujian Tingkat Kesalahan Sistem.....	78
4.5	Hasil Pengujian User Acceptance Test .....	78
BAB V PENUTUP.....		81
5.1	Kesimpulan.....	81
5.2	Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN.....	

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Hierarki AHP .....	11
Gambar 2.2 TahapanWaterfall .....	19
Gambar 2.3 Simbol ERD .....	24
Gambar 3.1 Flowchart Sistem Yang Diajukan .....	29
Gambar 3.2 Model Hirarki Keputusan Media Sosial.....	30
Gambar 3.3 ERD.....	43
Gambar 3.4 RelasiTabel.....	43
Gambar 3.5 Usecase Diagram.....	44
Gambar 3.6 Activity Diagram Login .....	47
Gambar 3.7 Activity Diagram Alternatif.....	48
Gambar 3.8 Activity Diagram Kriteria .....	49
Gambar 3.9 Activity Diagram Sub Kriteria .....	50
Gambar 3.10 Activity Diagram Hasil .....	51
Gambar 3.11 Sequence Diagram.....	52
Gambar 3.12 RancanganLogin.....	52
Gambar 3.13 RancanganAlternatif.....	53
Gambar 3.14 RancanganKriteria.....	53
Gambar 3.15 RancanganSub Kriteria .....	54
Gambar 3.16 RancanganHasil.....	54
Gambar 4.1 Halaman Login.....	55
Gambar 4.2 Halaman Alternatif.....	56
Gambar 4.3 Halaman Detail Alternatif Facebook.....	56
Gambar 4.4 Halaman Detail Alternatif Instagram .....	57
Gambar 4.5 Halaman Detail Alternatif Twitter .....	57

Gambar 4.6 Halaman Detail Alternatif Youtube .....	58
Gambar 4.7 Halaman Kriteria .....	58
Gambar 4.8 Halaman Nilai Prioritas Kriteria .....	59
Gambar 4.9 Halaman Nilai Prioritas Kriteria 2 .....	59
Gambar 4.10 Halaman Sub Kriteria .....	60
Gambar 4.11 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Rentang Usia .....	60
Gambar 4.12 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Rentang Usia 2 .....	61
Gambar 4.13 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4.14 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Jenis Kelamin 2 .....	62
Gambar 4.15 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Jumlah Pengguna .....	62
Gambar 4.16 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Jumlah Pengguna 2 .....	62
Gambar 4.17 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Popularitas .....	63
Gambar 4.18 Halaman Nilai Prioritas Sub Kriteria Popularitas 2 .....	63
Gambar 4.19 Halaman Hasil .....	64
Gambar 4.20 Pengujian Login Berhasil .....	66
Gambar 4.21 Pengujian Login Berhasil 1 .....	66
Gambar 4.22 Pengujian Login Tidak Berhasil 2 .....	67
Gambar 4.23 Pengujian Login Tidak Berhasil 3 .....	67
Gambar 4.24 Pengujian Alternatif Berhasil .....	68
Gambar 4.25 Pengujian Alternatif Tidak Berhasil 1 .....	69
Gambar 4.26 Pengujian Alternatif Tidak Berhasil 2 .....	69
Gambar 4.27 Pengujian Kriteria Berhasil .....	71
Gambar 4.28 Pengujian Kriteria Tidak Berhasil 1 .....	71
Gambar 4.29 Pengujian Kriteria Tidak Berhasil 2 .....	71
Gambar 4.30 Pengujian Sub Kriteria Berhasil .....	72
Gambar 4.31 Pengujian Sub Kriteria Tidak Berhasil .....	73

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skala PenilaianPerbandingan.....	11
Tabel 2.2 Random Indeks .....	14
Tabel 2.3 Simbol Use Case Diagram .....	20
Tabel 2.4 Simbol Activity Diagram .....	21
Tabel 2.5 Simbol Sequence Diagram.....	22
Tabel 2.6 Simbol Class Diagram .....	22
Tabel 3.1 Skala Penilaian.....	31
Tabel 3.2 Parameter Nilai RentangUsia.....	31
Tabel 3.3 Parameter Nilai JenisKelamin.....	31
Tabel 3.4 Parameter Nilai JumlahPengguna .....	32
Tabel 3.5 Parameter Nilai Popularitas .....	32
Tabel 3.6 MatriksPerbandinganBerpasangan.....	32
Tabel 3.7 Matriks Nilai Kriteria.....	32
Tabel 3.8 MatriksPenjumlahanSetiap Baris.....	33
Tabel 3.9 RasioKonsistensi.....	33
Tabel 3.10 MatriksPerbandinganBerpasanganKriteriaRentangUsia .....	34
Tabel 3.11 Matriks Nilai KriteriaRentangUsia .....	34
Tabel 3.12 MatriksPenjumlahanSetiap Baris KriteriaRentangUsia.....	34
Tabel 3.13 PerhitunganRasioKonsistensi .....	34
Tabel 3.14 MatriksPerbandinganBerpasanganKriteriaJenisKelamin .....	35
Tabel 3.15 Matriks Nilai KriteriaJenisKelamin .....	35
Tabel 3.16 MatriksPenjumlahanSetiap Baris KriteriaJenisKelamin.....	35
Tabel 3.17 PerhitunganRasioKonsistensi .....	35
Tabel 3.18 MatriksPerbandinganBerpasanganKriteriaJumlahPengguna.....	36

Tabel 3.19 Matriks Nilai Kriteria Jumlah Pengguna .....	36
Tabel 3.20 Matriks Penjumlahan Setiap Baris Kriteria Jumlah Pengguna .....	36
Tabel 3.21 Perhitungan Rasio Konsistensi .....	37
Tabel 3.22 Matriks Perbandingan Berpasangan Kriteria Popularitas .....	37
Tabel 3.23 Matriks Nilai Kriteria Popularitas .....	37
Tabel 3.24 Matriks Penjumlahan Setiap Baris Kriteria Popularitas .....	38
Tabel 3.25 Perhitungan Rasio Konsistensi .....	38
Tabel 3.26 Matriks Hasil .....	39
Tabel 3.27 Alternatif .....	39
Tabel 3.28 Nilai Prioritas Alternatif .....	39
Tabel 3.29 Hasil Akhir .....	40
Tabel 3.30 Admin .....	40
Tabel 3.31 Alternatif .....	40
Tabel 3.32 Alternatif Kriteria .....	41
Tabel 3.33 Kriteria .....	41
Tabel 3.34 Kriteria Nilai .....	41
Tabel 3.35 Sub Kriteria .....	42
Tabel 3.36 Sub Kriteria Nilai .....	42
Tabel 4.1 Perbandingan Nilai Perhitungan Manual Dengan Program .....	74
Tabel 4.2 Pilihan Jawaban UAT .....	77
Tabel 4.3 Bobot Nilai Jawaban .....	77
Tabel 4.4 Pertanyaan Kuesioner UAT .....	77
Tabel 4.5 Data Jawaban Kuesioner UAT .....	78
Tabel 4.6 Hasil Data Jawaban Kuesioner UAT .....	78



## DAFTAR RUMUS

Rumus 1 .....	12
Rumus 2 .....	13
Rumus 3 .....	13
Rumus 4 .....	74
Rumus 5 .....	74

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN 1** : Surat Keputusan Dekan FTIK UM Pontianak
- LAMPIRAN 2** : Lembar Pertanyaan Kuesioner
- LAMPIRAN 3** : Data Jawaban Kuesioner Penelitian
- LAMPIRAN 4** : Lembar Pertanyaan Kuesioner UAT
- LAMPIRAN 5** : Data Jawaban Kuesioner UAT
- LAMPIRAN 6** : Jadwal Penelitian Skripsi
- LAMPIRAN 7** : Dokumentasi Penelitian Skripsi
- LAMPIRAN 8** : Biografi Penulis

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi adalah faktor pendukung yang sangat tepat pada masa sekarang bagi masyarakat untuk menikmati berbagai kemudahan yang dihasilkan oleh teknologi tersebut. Teknologi saat ini bisa digunakan sebagai sarana promosi oleh kebutuhan untuk memperbaiki daya saing atau meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap produk yang dipromosikan.

Promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk jasa [1]. Perkembangan media promosi yang paling terkenal dari zaman dahulu hingga sekarang yaitu dari mulut kemulut, dilanjutkan dengan media promosi konvensional seperti brosur, poster, katalog, pamflet dan lainnya. Masing-masing media promosi memiliki kelebihan dan kekurangan. Perusahaan harus dapat memaksimalkan strategi promosi yang sesuai dengan karakter produknya. Pemilihan media promosi yang tepat akan meningkatkan penjualan dan omset perusahaan.

Kain Tenun Sambas atau juga yang disebut kain Songket Sambas adalah kain khas budaya masyarakat Sambas. Kehebatan kain tenun Sambas yang mampu bertahan dan tetap eksis hingga tiga abad menunjukkan bahwa tenunan ini mempunyai kelebihan tertentu yang membuatnya senantiasa lestari dan bisa bertahan sangat lama. Namun seiring perkembangan zaman seperti sekarang ini, kain tenun ini belum banyak dikenal orang khususnya kaum muda sekarang. Konon kain ini telah ada sejak zaman kesultanan yang dipimpin Sultan Sulaiman.

Warga Sambas menggunakan kain ini sebagai salah satu perlengkapan pelaksanaan ritual adat, yaitu upacara adat perkawinan. Tetapi kepedulian masyarakat akan kain tenun Sambas khususnya kaum muda relatif kurang, kepedulian masyarakat hanya sekedar mengetahui keberadaan kain tenun Sambas tetapi kurang mengetahui sejarah dan filosofinya. Masyarakat juga

kurang antusias dalam pengembangan ilmu pengetahuan contohnya mempelajari dan menggunakan alat kaitenun [2].

Saat ini, hanya ada beberapa penenun kaitenun Sambas yang tersisa, dan jumlahnya semakin hari semakin menurun. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan pada tahun 1999 hanya ada 808 penenun, dan di tahun 2009 menurun menjadi 365 penenun, di tahun 2013 hanya tersisa 256 penenun [3]. Jadi produk yang dihasilkan semakin sedikit, ada kecenderungan untuk kedepannya pemasarannya tidak optimal karena produksinya sedikit, agar produk kembali menjadi banyak adalah dengan cara mempromosikan produk sehingga penjualan kaitenun ini semakin meningkat.

Media promosi yang cocok untuk saat ini adalah dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan *youtube*. Kelebihan media sosial dari pada cara konvensional adalah dapat memangkas pengeluaran modal untuk promosi dan jangkauannya sangat luas. Salah satu kekurangannya yaitu persaingan cukup ketat karena akan banyak yang mempromosikan barang yang sama.

Pengambilan keputusan yang baik dan tepat akan menjadi kunci keberhasilan dalam persaingan global di waktu yang akan datang. Memiliki banyak informasi saja tidak cukup, jika tidak mampu meramunya dengan efektif di dalam proses pengambilan keputusan. Akan tetapi, sebelum dilakukan proses pengambilan keputusan dari berbagai alternatif yang ada maka dibutuhkan kriteria. Setiap kriteria harus mampu menjelaskan mengenai seberapa baik suatu alternatif dapat memecahkan masalah yang dihadapi. Dalam penelitian yang akan dilakukan penentuan kriteria diantaranya adalah rentang usia, jenis kelamin, jumlah pengguna dan popularitas, dengan berbagai alternatif yaitu *facebook*, *instagram*, *twitter*, dan *youtube*, yang akan dapat menghasilkan media sosial berdasarkan sistem pendukung keputusan.

Sistem pendukung keputusan dapat memberikan berbagai manfaat dan keuntungan. Salah satu manfaat yang dapat diambil dari sistem pendukung keputusan ini adalah sistem pendukung keputusan

apat memperluaskan kemampuan pengambilan keputusan dalam memproses data atau informasi bagipemakainya. Sistem pendukung keputusan juga dapat membantupengambilan keputusan untuk memecahkan masalah terutama berbagai masalah yang sangat kompleks dan tidak terstruktur sekalipun. Oleh karena itu penting sekali dibuat sistem pendukung keputusan untuk penjualan dan pemasaran yang tepat berdasarkan kriteria yang ada.

Metode yang dipakaidalam pengambilan keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kain tenun Sambas ini adalah metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) metode yang dikembangkan oleh Thomas L. Saaty ini dipilih karena metode AHP merupakan suatu model pendukung keputusan yang akan menguraikan sebuah masalah multi kriteria yang kompleks menjadi hirarki [4].

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis akan membuat sebuah penelitian yang berjudul “**Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Media Sosial Untuk Penjualan Kain Tenun Sambas Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP)**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana merancang sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kain tenun Sambas?
2. Bagaimana melakukan perhitungan prioritas dari setiap kriteria untuk penjualan kain tenun Sambas?
3. Berapa akurasi yang dihasilkandari sistem pendukung keputusan untuk penjualan kain tenun Sambas?

## 1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini yang dapat penulis kemukakan adalah:

1. Sistem pengambilan keputusan dibangun dengan metode *Analytical Hierarchy Process*.

2. Sistem pendukung keputusan ini digunakan khusus pemilihan media sosial untuk penjualan kaitenun Sambas.
3. Kriteria yang digunakan dalam sistem pendukung keputusan ini terdiri dari rentang usia, jenis kelamin, jumlah pengguna, dan popularitas.
4. Alternatif yang digunakan untuk penjualan kaitenun Sambas adalah *facebook, instagram, twitter, dan youtube*.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yang dapat penulis kemukakan adalah:

1. Membangun sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kaitenun Sambas dengan metode AHP.
2. Menghitung prioritas dari setiap kriteria media sosial untuk penjualan kaitenun Sambas.
3. Menghitung akurasi sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kaitenun Sambas.

#### **1.5 Metodologi**

Metodologi yang digunakan pada penelitian ini adalah :

##### **1. Pengujian Sistem**

Pengujian sistem pada penelitian ini menggunakan pengujian black box karena sesuai dengan kasus yang ada.

##### **2. Studi Pustaka**

Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data. Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepada pencarian data dan informasi melalui jurnal penelitian, internet, buku dan *ebook* yang dapat mendukung dalam proses penulisan.

##### **3. Identifikasi Masalah**

Mengidentifikasi masalah apa saja yang dapat diangkat menjadi topik pada penelitian yang akan dikerjakan.

#### **4. Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian dan pembuatan skripsi ini dikumpulkan dengan melakukan observasi, wawancara dengan pihak terkait dan menyebarkan kuesioner kepada responden.

#### **5. Perancangan Antarmuka**

Perancangan aplikasi yang akan dibuat pada penelitian ini menggunakan aplikasi Balsamiq Mockup.

#### **6. Perancangan Basis Data**

Perancangan basis data yang akan dibuat pada penelitian ini adalah menggunakan MySQL.

#### **7. Pemodelan Sistem**

Pemodelan sistem pada aplikasi ini menggunakan UML karena pogram ini bersifat berorientasi objek.

#### **8. Implementasi**

Semuaperancangan di implementasikan kedalam syntax php agar menghasilkan sebuah aplikasi.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan skripsi ini, sistematika penulisan skripsi ini adalah:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini menjelaskan tentang pembahasanteori yang digunakan penulis dalam penulisan skripsi ini.

#### **BAB III ANALISA DAN PERANCANGAN SISTEM**

Bab ini menjelaskan tentang analisis dan perancangan yang digunakan dalam melakukan penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PENGUJIAN**

Bab ini menjelaskan tentang hasil implementasi penelitian dan perancangan yang akan dibuat.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dibuat dan saran sebagai tindak lanjut yang dibutuhkan untuk penelitian selanjutnya.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan analisis, perancangan, perhitungan, implementasi, dan pengujian pada sistem pendukung keputusan ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Aplikasi sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjual kain tenun Sambas dengan metode AHP telah berhasil menentukan hasil akhir berdasarkan perhitungan metode AHP atau hasil keputusan yang dikeluarkan oleh sistem.
2. Telah didapatkan hasil akhir nilai prioritas dari setiap kriteria berdasarkan setiap nilai perbandingan yaitu: Rentang Usia 0.59, Jenis Kelamin 0.23, Jumlah Pengguna 0.13, dan Popularitas 0,05 sehingga mendapatkan hasil akhir dan memperoleh nilai bobot dari setiap alternatif antara lain : Facebook 0.25, Instagram 0.09, Twitter 0.46, dan Youtube 0.26, berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa 1 alternatif media sosial memiliki bobot tertinggi dibandingkan media sosial yang lainnya yaitu twitter sebagai media sosial yang terpilih yang ditentukan oleh sistem pada penelitian ini.
3. Akurasi sistem pada sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjual kain tenun Sambas adalah Facebook 100%, Instagram 98%, Twitter 99%, dan Youtube 98% yang dibuktikan dengan perhitungan pengujian tingkat kesalahan sistem, dalam hal ini menunjukkan bahwa telah menghasilkan perhitungan akurasi yang akurat berdasarkan antar perhitungan manual dengan perhitungan program.
4. Telah didapatkan hasil akhir pengujian *User Acceptance Test* yang mana untuk pertanyaan kedua dan ketujuh telah mendapatkan nilai 100% dimana nilai tersebut telah membuktikan bahwa aplikasi sistem pendukung keputus

an pemilihan media sosial untuk penjualan kaitenun Sambasinimudah dipahami dan sudah cukup baik.

## 5.2 Saran

Penulis mengemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya. Adapun saran-saran tersebut adalah :

1. Pengambilansistem pendukung keputusan ini akan lebih baik dapat diterapkan dan dikembangkan dengan menggunakan dua metode dalam pengambilan keputusan yang lain sebagai nilai perbandingan dalam melakukan perhitungan, contohnya seperti metode TOPSIS dan SAW.
2. Pengembangan lebih lanjut terhadap aplikasi ini adalah membangun sistem yang lebih *user-friendly* dengan memperhatikan aspek-aspek interaksi manusia dan komputer sesuai dengan kebutuhan pengguna sistem, sehingga dapat menjadi lebih baik dan meningkatkan kinerja sistem dalam pengambilan keputusan.
3. Aplikasi ini diharapkan dapat dikembangkan ke dalam perangkat mobile seperti android dan iOS.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. K. Dewantara, Andika Agus, Nurcahya, “PERAN EKUITAS MEREK DALAM MEMEDIASI BAURAN PROMOSI DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN,” *E-Jurnal Manaj. Unud*, vol. 6, 2017.
- [2] I. Fajar Wahyu, “Museum Tenun Songket Sambas,” *J. Online Mhs. Aristektur Univ. Tanjungpura*, vol. 4, 2016.
- [3] A. C. Siregar and B. C. Octariadi, “Classification of Sambas Traditional Fabric ‘Kain Lunggi’ Using Texture Feature,” *IJCCS (Indonesian J. Comput. Cybern. Syst.*, vol. 13, no. 4, p. 389, 2019, doi: 10.22146/ijccs.49782.
- [4] Frieyadie, “PENERAPAN METODE AHP SEBAGAI PENDUKUNG KEPUTUSAN PENETAPAN BEASISWA,” *J. Pilar Nusa Mandiri*, vol. 13, 2017.
- [5] A. Fatoni, “Pendukung Analisa Keputusan Media Promosi,” pp. 27–42, 2015.
- [6] R. Sundari, M. Safii, D. Hartama, and Poningsih, “Optimasi Metode Ahp Dalam Menentukan Media Promosi Bagi Mahasiswa Baru Pada Stikom Tunas Bangsa,” *Konf. Nas. Teknol. Inf. dan Komput.*, vol. I, pp. 322–328, 2017.
- [7] L. Wati and R. Kurniati, “Aplikasi pemilihan media promosi usaha kecil dan menengah menggunakan metoda fuzzy mamdani,” *J. Inf. Sains dan Teknol.*, 2018.
- [8] J. Sinaga, Bosker, Sinaga, “Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Strategi Promosi Stmik Pelita Nusantara Menggunakan Metode AHP,” *SAINTEK (Jurnal Sains dan Teknol.*, vol. 1, 2019.
- [9] S. Sugiarti, D. K. Nahulae, T. E. Panggabean, and M. Sianturi, “Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Kebijakan Strategi Promosi Kampus Dengan Metode Weighted Aggregated Sum Product Assesment (WASPAS),” *JURIKOM (Jurnal Ris. Komputer)*, vol. 5, no. 2, pp. 103–108, 2018.
- [10] J. E. A. & T. P. L. Efraim Turban, *Decision Support Systems and Intelligent Systems - 7th Edition*. Pearson Education, 2005.
- [11] A. Da Costa, *Sistem pendukung keputusan penerimaan berbasis web dengan metode simple additive weighting (SAW) (Studi Kasus Pada Instituto Profissional De Canossa Dili Timor Leste)*. Yogyakarta: Universitas Gajahmada, 2011.
- [12] dan whinston A. . Bonczek R.H, Holsapple C.W, *The evolving Roles of*

*Models in Decision Support System*. 1980.

- [13] C. Carlsson and E. Turban, "DSS: Directions for the next decade," *Decision Support Systems*. 2002, doi: 10.1016/S0167-9236(01)00137-3.
- [14] E. Turban, J. Aronson, and T. Llang, *Decision Support Systems and Intelligent Systems*. 2003.
- [15] B. Brojonegoro, B., & Permadi, *AHP*. Jakarta, 1992.
- [16] Syaifullah, *Pengenalan Metode AHP (Analytical Hierarchy Process)*. 2010.
- [17] T. L. Saaty, "How to make a decision: The analytic hierarchy process," *Eur. J. Oper. Res.*, 1990, doi: 10.1016/0377-2217(90)90057-I.
- [18] Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. ANDI, 2015.
- [19] B. Alma, *Pengantar Bisnis*. 2017.
- [20] A. Firmansyah, "Situs Jejaring Sosial Menggunakan Elgg," 2010.
- [21] R. Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- [22] U. N. A. Ningrum, "Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi Pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang)," *Fak. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit. Univ. Lampung*, 2017.
- [23] M. Hanafi, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Motivasi Belajar Siswa FISIP Universitas Riau," *JOM FISIP*, vol. 3, 2016.
- [24] N. P. Ade, "Sebujective well being mahasiswa yang menggunakan internet secara berlebihan," *lmiah Mhs. Univ. Surabaya*, vol. 2, 2013.
- [25] B. Atmoko Dwi, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- [26] A. Kazeniac, *Social Networks: Facebook Takes Over Top Spot, Twitter Climbs*. 2009.
- [27] Y.-T. Chiang, "Early Adolescent Players Playfulness And Psychological Needs In Online Games," 2010.
- [28] R. B. Ramadhan, "Perlindungan hukum terhadap pengguna jasa provider seluler sebagai konsumen atas promo yang dikeluarkan oleh pelaku usaha melalui media iklan di pt indonesian satelite," 2015.
- [29] M. Sukamto Shalahuddin, *Rekayasa Perangkat Lunak ( Terstruktur dan Berorientasi Objek) 2015*. Bandung: Informatika, 2015.
- [30] H. W. P. Prabowo, *Menggunakan UML*. Bandung: Informatika, 2011.

- [31] A. Saputra, *Trik dan Solusi Jitu Pemrograman PHP*. Jakarta: PT. Elex Media Komputido, 2011.
- [32] dan V. P. Supono, *Pemograman Web Dengan Menggunakan PHP dan Framework Codeigniter*. Yogyakarta: Deepublish, 2016.
- [33] dan J. K. K. Hidayatullah, Priyanto, *Pemrograman WEB*. Bandung: Informatika, 2017.
- [34] R. F. F. Mustaqbal, M.S.M., Firdaus and H. . dan Rahmadi, “Penguujian Aplikasi Menggunakan Black Box Testing Boundary Value Analysis (Studi Kasus Aplikasi Prediksi Kelulusan SNMPTN),” *J. Ilm. Teknol. Terap.*, 2015.
- [35] M. K. M. . Komarudin, “Penguujian Perangkat Lunak Metode Black Box Berbasis Equivalence Partitions Pada Aplikasi Sistem Informasi Sekolah,” *J. Mikrotik*, 2016.
- [36] B. Hambling and P. van Goethem, “User acceptance testing requires comprehensive, strategic training.,” *Comput. Wkly.*, 2014.
- [37] R. Supriatna, “Implementasi Dan User Acceptnace Test ( UAT) Terhadap Aplikasi E-Learning,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, 2018.
- [38] Andra Tersiana, *Metode Penelitian*. Yogyakarta, 2018.



www.unmuhpnk.ac.id

# UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK FAKULTAS TEKNIK

Jl. Jend. Ahmad Yani No.111 Pontianak Kalimantan Barat  
Telp/Fax : (0561) 764571

fatek@unmuhpnk.ac.id

## KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK NOMOR : 01 / II.3.AU.12 / KEP / 2020

### TENTANG DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK

*Bismillahirrahmanirrahim*

Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Pontianak,

Menimbang : 1. bahwa dalam rangka untuk menyelesaikan studi di lingkungan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Pontianak, mahasiswa diwajibkan menyusun Laporan Tugas Akhir dan mempresentasikannya dalam forum seminar;  
2. bahwa untuk kelancaran pelaksanaan kegiatan tersebut perlu ditunjuk Dosen Pembimbing Utama dan Pembimbing Pembantu bagi mahasiswa tersebut;  
3. bahwa penunjukan tersebut perlu dituangkan dalam suatu surat keputusan Dekan.

Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Peraturan Pemerintah No. 60 tahun 1999, tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Anggaran Dasar Muhammadiyah Tahun 2002;  
4. SK PP Muhammadiyah Nomor 19/SK-PP/III.B/1.a/1999 Tentang Qaidah Perguruan Tinggi Muhammadiyah; dan  
5. SK Rektor Nomor : 05/II.3.AU.12/KEP/2017 Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Pontianak.

### MEMUTUSKAN

Menetapkan pertama : menunjuk Dosen Pembimbing Utama dan Dosen Pembimbing Pembantu bagi mahasiswa sebagai berikut.

Nama Mahasiswa : **Wawan Setiawan**  
NIM : **171221081**  
Dosen Pembimbing I : **Alda Cendekia Siregar, S.Kom., M.Cs**  
Dosen Pembimbing II : **Asrul Abdullah, S.Kom., M.Cs**  
Judul Skripsi : **Sistem Pendukung Keputusan Media Promosi Marketing Kain Tenun Sambas Di Desa Semberang Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process**

kedua : Dosen Pembimbing bertugas memberikan bimbingan dan pengarahan kepada mahasiswa dalam menyusun dan presentasi Laporan Tugas Akhir pada forum seminar;

Ketiga : Dosen Pembimbing dalam melaksanakan tugasnya bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Teknik melalui Pembantu Dekan;

Keempat : Segala biaya yang timbul akibat dikeluarkannya surat keputusan ini dibebankan kepada dana yang tersedia;


kelima : surat keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan akan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Pontianak  
Pada tanggal : 05 Mei 2020  
Dekan,



# Lembar Pertanyaan Kuesioner

Pertanyaan Jawaban 95 Poin total: 0



## KUESIONER PENELITIAN

PEMILIHAN MEDIA SOSIAL YANG EFEKTIF UNTUK PENJUALAN KAIN TENUN SAMBAS MENGGUNAKAN METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)

Identitas Responden

Deskripsi (opsional)

Nama \*

Teks jawaban singkat

Usia \*

Navigation icons: +, ↶, Tr, 📄, ▶, ☰

Usia

1. 20 - 30
2. 31 - 40
3. 41 - 50

Jenis Kelamin

1. Laki - Laki
2. Perempuan

Alamat

Teks jawaban panjang

Status

1. Pelajar / Mahasiswa
2. Wiraswasta





3. PNS

4. Ibu Rumah Tangga

5. Petani

6. Dll



Jawablah 1 pertanyaan berikut ini yang menurut anda yakin dan benar

Deskripsi (opsional)

Media Sosial apa yang sering anda gunakan? \*

Facebook

Instagram

Twitter

Youtube

## Data Jawaban Kuesioner Penelitian

No	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia	Jawaban Pertanyaan			
				Facebook	Instagram	Twitter	Youtube
1	Elis	P	21		√		
2	Melly Annisa	P	21		√		
3	Rizal	L	21		√		
4	Rekha Yuniarti	P	22		√		
5	Syalsabila Fenti Amelsa	P	21		√		
6	Arief Permana	L	22		√		
7	Lestari	P	24	√			
8	Maulidia Dara Azhara	P	21		√		
9	Annisa Tifani	P	22		√		
10	Dian Sari	P	20				√
11	Ayu	P	23		√		
12	Alda	P	35		√		
13	Budi	L	23		√		
14	Nur Dewi	P	20		√		
15	Eki Ernandi	L	22		√		
16	Febriansyah	L	22		√		
17	Yuni Nurfitri	P	22		√		
18	Pita Sari	P	23		√		
19	Ellya Astriani	P	21		√		
20	Reny Wirda	P	22		√		
21	Novi	P	26	√			
22	Desty Amanda Putri	P	22		√		
23	Wahyu Kurniawan	L	21			√	
24	Yoga Pratama	L	21	√			
25	Marwa Nafisha	P	21		√		
26	Nurhayati	L	24		√		
27	Risty Utari	P	24		√		
28	Atharika Suhentya D	P	21		√		
29	Hidayat Nursami	L	24		√		
30	Rubiman	L	20	√			
31	Emi Arsih	P	31	√			
32	Rafika	P	24	√			
33	Deka Faizar	L	25	√			
34	Fara Melayanti	P	24		√		
35	Indah	P	24		√		
36	Cintya Lestari	P	24	√			
37	Melja Andriana	P	36	√			
38	Ibno	L	41	√			
39	Rima Melati	P	38	√			
40	Marini	P	35	√			

41	FeriAngriawan	L	37	√			
42	Ratibi	L	39	√			
43	YaniSaptoni	L	36	√			
44	Mustafa	L	45	√			
45	Heri Antoni	L	39	√			
46	Merry Oktavianti	P	37	√			
47	Juliana	P	27	√			
48	Megawati	P	25	√			
49	Mirna Sari	P	31	√			
50	Sunarti	P	40	√			
51	Salsabita	P	28	√			
52	Rini	P	26	√			
53	Devi Farianti	P	22		√		
54	Eliza Varadina	P	21		√		
55	Elda Fitriani	P	21		√		
56	Rani Trimulyanti	P	24		√		
57	Muslimah	P	25		√		
58	Esti	P	24		√		
59	WiniWidiyanti	P	22		√		
60	Taslina	P	20		√		
61	Elsa	P	21		√		
62	Hapsari	P	24		√		
63	Laura	P	19		√		
64	Kharisma	P	19		√		
65	Amelia	P	22		√		
66	DestyCahyaUtami	P	24		√		
67	Yolanda	P	23		√		
68	DwiKurniawati	P	25		√		
69	Beti Siska Sari	P	24		√		
70	Irawati	P	21		√		
71	Ardani	L	25		√		
72	Wahyudi	L	26		√		
73	Harisdiansyah	L	25		√		
74	AnggaSaputra	L	24		√		
75	Rizky Ramadhan	L	24		√		
76	Misrawati	P	37	√			
77	Aslinda	P	35	√			
78	Rumida	P	39	√			
79	Yatimah	P	40	√			
80	Siti Romlah	P	39	√			
81	Fatmawati	P	29	√			
82	RanikArsih	P	34	√			
83	Nur Suryati	P	32	√			
84	Farida	P	35	√			

85	Reni	P	33	√			
86	Muhammad Iqbal	L	23	√			
Total				36	48	1	1

**KUESIONER USER ACCEPTANCE TEST (UAT)**  
**SISTEM PENDUKUNG KEPUTUSAN PEMILIHAN MEDIA SOSIAL**  
**UNTUK PENJUALAN KAIN TENUN SAMBAS MENGGUNAKAN**  
**METODE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (AHP)**

Berikut ini adalah kuesioner penelitian pengujian *User Acceptance Test* (UAT) dengan judul penelitian Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Media Sosial Untuk Penjualan Kain Tenun Sambas Menggunakan Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Oleh karena itu dengan hormat kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner berikut ini. Atas kesediaan dan partisipan saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan terima kasih.

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : Risti Utari  
 Umur : 24 Tahun  
 Jenis Kelamin : Perempuan

**DAFTAR KUESIONER**

Mohon untuk memberi tanda (√) pada setiap pertanyaan yang saudara/i pilih

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
- S = Setuju
- CS = Cukup Setuju
- TS = Tidak Setuju
- STS = Sangat Tidak Setuju

No	Pertanyaan	Bobot (%)				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Apakah tampilan website sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kain tenun sambas ini menarik?		✓			
2	Apakah menu-menu pada sistem pendukung keputusan pemilihan media sosial untuk penjualan kain tenun sambas ini mudah dipahami?	✓				
3	Apakah dengan adanya website sistem pendukung keputusan ini sangat membantu		✓			

	penjual kain dalam melakukan penjualan?					
4	Apakah fitur-fitur pada website sistem pendukung keputusan ini sudah lengkap dan sesuai kebutuhan penjual kain?		✓			
5	Apakah dengan website sistem pendukung keputusan ini bisa dijadikan media untuk memudahkan penjual kain dalam melakukan pemilihan media penjualan?		✓			
6	Apakah dengan website ini hasil rekomendasi media sosial yang terpilih dapat dijadikan acuan untuk media penjualan kain tenun sambas?		✓			
7	Apakah website sistem pendukung keputusan ini sudah cukup baik?	✓				
Total						

### Data Jawaban Kuesioner User Acceptance Test

No	Nama Responden	Pilihan Jawaban UAT				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Anna	6	1			
2	Ida	7				
3	Ani	7				
4	Romalah	7				
5	Ittin	7				
6	Kusma	7				
7	RistyUtari	2	5			
8	Sita	5	2			
9	Fitriyanti	5	2			
10	Irmawati	5	2			
Total		58	12			
Jumlah		70				















**BIODATA ALUMNI PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA  
FAKULTAS TEKNIK & ILMU KOMPUTER  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**



**A. Identitas Mahasiswa**

1. Nama Lengkap : Wawan Setiawan
2. NIM : 171221081
3. Tempat/Tanggal Lahir : Sambas, 06 September 1998
4. Jenis Kelamin : Laki-Laki
5. Anak ke : 3 dari 4 bersaudara
6. Golongan Darah : B
7. Alamat Sekarang : Dsn Rantau Barat, RT/RW 04/02, Rantau Panjang, Kec. Sebawi, Kab. Sambas
8. Telepon/HP : 0857-5070-1230
9. E-mail : *wawan.setiawan@unmuhpnk.ac.id*
10. Daerah Asal : Sambas
11. Riwayat Pendidikan :

Jenjang	Nama / Asal Sekolah	Tahun Masuk	Tahun Lulus	Jurusan
SD/MI	SDN 8 Rantau Panjang	2004	2010	
SMP/MTs	SMPN 2 Sebawi	2010	2013	
SMA/MA	SMAN 2 Sambas	2013	2016	IPS
S1	Universitas Muhammadiyah Pontianak	2016	2021	TI

12. Penasehat Akademik : Alda Cendekia Siregar, S.Kom., M.Cs
13. Tahun Selesai Kuliah : Januari 2021
14. Judul Skripsi : “Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Media Sosial Untuk Penjualan Kain Tenun Sambas Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP)”
15. Sumber Dana Kuliah : Ayah Kandung
16. Jenis Beasiswa yang Pernah Diterima : -
17. Aktivitas Saat Kuliah (Selain Kuliah) : Organisasi di dalam Kampus
18. Hobby : Menonton, Travelling dan Membaca
19. Motto : Usaha dan Do’ahasilakan mengikutinya

20. Bahasa yang dikuasai : Indonesia dan Sambas  
21. Pekerjaan Orang Tua :  
    a. Ayah : PNS  
    b. Ibu : Ibu RumahTangga

Pontianak, 11 Januari 2021

**WAWAN SETIAWAN**