

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri kopi di Yogyakarta mengalami perkembangan pesat dalam 10 tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan semakin bertambahnya jumlah *coffee shop* yang ada di wilayah ini. Selain itu, Yogyakarta juga menjadi kota dengan *coffee shop* terpadat di Indonesia (Cahyana, 2022). Berdasarkan data dari Komunitas Kopi Nusantara, pada Tahun 2022 *coffee shop* di Yogyakarta mencapai 3000 unit. Jumlah tersebut lebih tinggi dari pada kota besar lainnya di Jawa Tengah, seperti Semarang dan Solo (Putra, 2022).

Perkembangan *coffee shop* yang meningkat dengan adanya teknologi digital menawarkan nilai praktis, mudah dijangkau dan kenyamanan. Banyak *coffee shop* telah memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi terutama *coffee shop* yang terkenal di kalangan muda. Sebagai salah satu kota pelajar, tentunya persebaran *coffee shop* di Yogyakarta tidak lepas dari aktivitas pelajar dan mahasiswa yang menggunakannya sebagai ruang singgah untuk menyelesaikan tugas atau sebagai tempat *nongkrong*. Hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup baru yang diterapkan oleh anak muda sebagai bagian dari eksistensi diri atau kepuasan diri (Reynaldi et al., 2021).

Berkembangnya jumlah *coffee shop* menghadirkan tantangan bagi individu dalam memilih tempat yang cocok. Ragam pilihan harga, fasilitas, menu, dan suasana membuat proses pengambilan keputusan menjadi kompleks (Wahyuningtyas, 2020). Faktor-faktor seperti fasilitas, harga, menu, dan pelayanan menjadi hal yang penting untuk dipertimbangkan dalam memilih *coffee shop* yang tepat. Saat ini, banyak orang menentukan *coffee shop* yang akan dikunjungi dengan cara melihat melalui media sosial, namun cara ini belum optimal karena ulasan yang diberikan tidak selalu mencerminkan kenyataan. Jika sebuah *coffee shop* menarik pengunjung yang tidak sesuai dengan target pasar yang dituju, pengalaman pengunjung biasanya tidak memuaskan baik dari segi pelayanan maupun menu yang disajikan. Selain itu, keterbatasan informasi yang tersedia mengenai *coffee*

shop juga menjadi kendala, yang mengharuskan pengunjung untuk mengunjungi beberapa tempat secara langsung guna mendapatkan pengalaman yang lebih baik.

Berdasarkan permasalahan ini, maka diperlukan suatu sistem terkomputerisasi yang dapat mendukung pengambilan keputusan dalam memilih *coffee shop* yang sesuai. Penelitian ini menggabungkan mengembangkan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dengan menggabungkan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) dan *Technique for Order Preference by Similarity to an Ideal Solution* (TOPSIS). Keunggulan metode AHP adalah mampu untuk memecahkan persoalan yang kompleks dengan hirarki kriteria, tingkat kepentingan, hasil, dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas. *Output* yang dihasilkan dari metode AHP ini akan diproses selanjutnya menggunakan metode TOPSIS untuk mendapatkan hasil pemeringkatan. Metode TOPSIS akan mengidentifikasi solusi dari himpunan alternatif berdasarkan minimalisasi simultan dari jarak titik ideal dan memaksimalkan jarak dari titik terendah.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang bahwa semakin banyak *coffee shop* memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk memilih lokasi yang cocok dan keterbatasan informasi yang sesuai, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana mengimplementasikan Sistem Pengambilan Keputusan (SPK) untuk memilih *Coffee Shop* di Kota Yogyakarta dalam kriteria Rating, Jumlah Ulasan, Lokasi, Suasana, dan Harga berdasarkan DataFrame yang diperoleh melalui teknik scraping dari platform Google Maps.

1.3 PERTANYAAN PENELITIAN

Adapun pertanyaan yang muncul Ketika dilakukan penelitian adalah:

1. Bagaimana merancang Sistem Pendukung Keputusan (SPK) menggunakan metode AHP dan TOPSIS untuk memilih *Coffee Shop* di Kota Yogyakarta?
2. Bagaimana hasil pemeringkatan dari penerapan metode AHP dan TOPSIS dalam memilih *Coffee Shop* di Kota Yogyakarta?

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah membangun sebuah sistem pengambilan keputusan yang dapat mempermudah dalam pembobotan pada masing-masing kriteria berdasarkan nilai perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) menggunakan metode AHP. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengimplementasikan TOPSIS dalam memilih *coffee shop* di Kota Yogyakarta, sehingga dapat memberikan pemeringkatan yang akurat berdasarkan kriteria *Rating*, Jumlah Ulasan, Lokasi, Suasana, dan Harga.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat yang dapat diperoleh pengguna setelah penelitian berhasil sebagai berikut:

1. Memudahkan pengunjung dalam memilih *coffee shop* yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka.
2. Membantu pemilik *coffee shop* untuk menyasar target pelanggan yang tepat.
3. Menyediakan sistem yang memanfaatkan teknologi untuk pembobotan kriteria dengan metode AHP.
4. Memberikan pemeringkatan yang akurat terhadap *coffee shop* menggunakan metode TOPSIS.