

Peningkatan Layanan Pelanggan Dalam Memilik Merek Fashion Menggunakan Metode Moora

Eunike Aprianty Br Tarigan¹, Dudi Rahmadiansyah², Meri Sri Wahyuni³

^{1,2,3} Sistem Informasi, STMIK TRIGUNA DHARMA

Email: ¹eunikeapriantytarigan@gmail.com, ²dudirahmadiansyah@gmail.com, ³meri.sriwahyuni@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: eunikeapriantytarigan@gmail.com

Abstrak

Merek merupakan suatu identitas dari ciri khas dari suatu produk dan menjadi pembeda dengan produk yang lain meskipun serupa. Merek pada saat ini sangat banyak dan beragam yang membuat konsumen dilema untuk memilih merek yang ditawarkan dipasar salah satunya di bagian rok *fashion* wanita. Pada suatu Toko *Fashion Boutique* menyediakan beragam merek yang terkadang *design* dan modelnya hampir sama. Hal ini yang membuat konsumen membutuhkan waktu yang lama untuk membandingkan merek yang satu dengan merek yang lain. Bahkan konsumen juga mengalami kesalahan dalam memilih merek *fashion*. Untuk menyelesaikan permasalahan diatas maka dibuatlah sebuah sistem yang dapat membantu dalam memilih merek rok *fashion* yang ada berdasarkan dari permintaan kriteria pelanggan yang kemudian akan diambil keputusan yang terbaik yaitu dengan Sistem Pendukung Keputusan menggunakan Metode Moora. Metode Moora adalah suatu metode yang memiliki tingkat selektifitas yang tinggi dan mudah dipahami dimana kriteria tersebut dapat bernilai menguntungkan (*benefit*) atau tidak menguntungkan (*cost*). Hasil yang diperoleh berdasarkan penerapan metode MOORA pada Sistem Pendukung Keputusan yang telah dibangun yaitu membuat waktu untuk memilih merek rok *fashion* lebih cepat, mengurangi kesalahan dalam memilih rok *fashion* dan meningkatkan pendapatan pada toko.

Kata Kunci: Merek, Rok *Fashion*, Sistem Pendukung Keputusan, Moora

Abstract

Brand is an identity of the characteristics of a product and a differentiator from other products even though they are similar. Brands at this time are so many and varied that it makes consumers in a dilemma to choose a brand offered in the market, one of which is in the women's fashion skirt section. At a Fashion Boutique Store, it provides a variety of brands, which sometimes have almost the same design and model. This is what makes consumers take a long time to compare one brand with another. Even consumers also experience mistakes in choosing fashion brands. To solve the above problems, a system was created that could help in selecting existing fashion skirt brands based on customer criteria requests which would then make the best decision, namely the Decision Support System using the Moora Method. The Moora method is a method that has a high degree of flexibility and is easy to understand where these criteria can be of beneficial (benefit) and unprofitable (cost) value. The results obtained are based on the application of the MOORA method to the Decision Support System that has been built, namely making the time to choose a fashion skirt brand faster, reducing mistakes in choosing fashion skirts and increasing revenue at the store.

Keywords: Brand, Fashion Skirt, Decision Support Systems, Moora

1. PENDAHULUAN

Peran merek sangat dibutuhkan dalam proses pemasaran. Merek merupakan cara membedakan dengan pesaing lain serta menjadi identitas dari suatu produk termasuk pada rok *fashion* wanita. Toko Manja *Boutique* menyediakan merek yang sangat beragam dan kebanyakan model dan *design* hampir sama. Hal ini yang membuat konsumen bingung untuk memilih merek yang terbaik sesuai dengan kriteria mereka. Bahkan dalam membandingkan merek yang satu dengan merek yang lain membutuhkan yang waktu yang lama agar mendapatkan merek yang sesuai kriteria. Oleh karena itu, diperlukan suatu sistem yang dapat membantu toko dalam memilih merek *fashion* yang kemudian akan direkomendasikan kepada pelanggan dengan lebih cepat. Peran teknologi dalam pemilihan merek menjadi lebih cepat dan hemat waktu untuk membandingkan merek yang satu dengan yang lain berdasarkan permintaan kriteria serta mengurangi resiko kesalahan dalam memilih merek *fashion* [1].

Oleh karena itu, salah satu cara yang dapat diterapkan pada Toko Manja *Boutique* adalah dengan penggunaan Sistem Pendukung Keputusan. Karena di dalam sistem pendukung keputusan terdapat beberapa cara dan teknik-teknik untuk mengambil keputusan dari beberapa kriteria serta mudah dimengerti dalam membagi proses evaluasi yang subjektif menjadi kriteria bobot [2]. Sehingga dapat membantu karyawan dalam memilih merek rok *fashion* yang akan direkomendasikan kepada pelanggan serta menghemat waktu dalam pemilihan rok. Pada penelitian ini, analisa sistem pendukung keputusan dilakukan dengan menggunakan metode Moora. Metode Moora adalah salah satu metode yang memiliki tingkat selektifitas yang baik serta mudah untuk dipahami dimana kriteria tersebut dapat bernilai menguntungkan (*benefit*) atau tidak menguntungkan (*cost*).

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Metodologi penelitian adalah cara dalam mengumpulkan suatu data dalam bentuk informasi untuk mencapai tujuan. Berikut ini adalah metodologi dalam penelitian ini yaitu:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung dengan Ibu Ester Ginting selaku Pemilik Toko Manja *Boutique* untuk mendapatkan informasi dan data yang diperlukan dalam penelitian ini. Adapun data alternatif yang didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Data Hasil Wawancara

No	Nama Merek Rok	Kain	Harga Rok	Corak Rok	Jenis Rok	Model Rok
1	UNIQLO	Katun	>200.000	Bercorak	Rok Mini dan Rok Midi	Rample
2	Divided H&M	Katun	>200.000	Cenderung Polos	Rok Mini, Rok Midi dan Panjang	Kembang/Flare
3	Forever 21	Scuba	150.000-200.000	Bercorak	Rok Mini	Sepan
4	Cotton On	Polyster	100.000-150.000	Cenderung Polos	Rok Mini	Kembang/Flare
5	Zara Basic	Katun	>200.000	Cenderung Polos	Rok Midi, Rok Panjang dan Rok Mini	Kembang/Flare
6	G2000 Woman	Wolfis	<100.000	Cenderung Polos	Rok Mini dan Rok Midi	Sepan
7	Iora	Scuba	100.000-150.000	Bercorak	Rok Mini	Rample
8	The Executive	Satin	<100.000	Cenderung Polos	Rok Mini dan Rok Midi	Sepan
9	Kiyo	Polyster	100.000-150.000	Cenderung Polos	Rok Mini	Rample
10	Mango	Scuba	100.000-150.000	Bercorak	Rok Midi dan Panjang	Kembang/Flare

2. Studi Literatur

Pada penelitian ini banyak mempelajari dan menggunakan jurnal sistem pendukung keputusan yang terkait dengan permasalahan yang diambil. Sumber yang digunakan sebagai referensi pada penelitian ini menggunakan 23 jurnal yang mendukung proses penelitian. Literatur ini membantu penulis menyelesaikan permasalahan pada pemilihan merek rok *fashion* wanita pada Toko Manja *Boutique*.

2.2 Rok Fashion

Rok dalam arti umum adalah bagian busana yang dipakai mulai dari pinggang ke bawah atau kaki, menggunakan ukuran lingkaran pinggang, tinggi panggul dan panjang rok. Bentuk rok bawah ditentukan oleh perbandingan lebar pinggang dan kelimnya. Berbeda dengan celana, bagian dari rok tidak dibagi tetapi langsung menjadi satu bagian yang menutupi sebagian atau seluruh bagian kaki [3]. Rok biasanya berbentuk pipa atau kerucut yang cara pemakaiannya dimulai dari pinggul dan menutupi sebagian atau seluruh bagian kaki. Rok dipakai terpisah dengan busana atas dan biasanya menjadi pasangan blus [4].

2.3 Sistem Pendukung Keputusan

Sistem Pendukung Keputusan adalah suatu sistem informasi yang spesifik yang ditujukan untuk membantu manajemen dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan persoalan yang bersifat semi terstruktur secara efektif dan efisien, serta tidak menggantikan fungsi pengambil keputusan dalam membuat keputusan [5]. Sistem Pendukung Keputusan digunakan ketika seseorang kesulitan untuk membuat suatu keputusan yang pasti. Sistem Pendukung Keputusan menyediakan informasi, pemodelan dan pemanipulasian data. Sistem Pendukung Keputusan dibuat untuk

meningkatkan proses dan kualitas hasil pengambilan keputusan, dimana Sistem Pendukung Keputusan dapat memadukan data dan pengetahuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan [6].

Sistem berbasis pengetahuan yang digunakan untuk dapat mendukung pengambilan keputusan pada suatu organisasi, perusahaan, atau forum pendidikan. Sistem Pendukung Keputusan dibuat untuk meningkatkan proses dan kualitas hasil pengambilan keputusan, dimana Sistem Pendukung Keputusan dapat memadukan data dan pengetahuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses pengambilan keputusan [7].

2.4 Metode Moora

Metode MOORA memiliki tingkat fleksibilitas dan kemudahan untuk dipahami dalam memisahkan bagian subjektif dari suatu proses evaluasi kedalam kriteria bobot keputusan dengan beberapa atribut pengambilan keputusan [8]. Metode ini memiliki tingkat selektifitas yang baik karena dapat menentukan tujuan dari kriteria yang bertentangan . Dimana kriteria dapat bernilai menguntungkan (*benefit*) atau yang tidak menguntungkan (*cost*) [9].

Langkah penyelesaian metode MOORA yaitu sebagai berikut [10] :

1. Menginput nilai kriteria.
2. Membuat matriks keputusan
3. Normalisasi pada metode MOORA. Normalisasi bertujuan untuk menyatukan setiap element matriks sehingga element sehingga element pada matriks memiliki nilai yang seragam. Normalisasi pada MOORA dapat dihitung menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$X * ij = \frac{X^{ij}}{\sqrt{[\sum_{i=1}^m X^2 ij]}} \dots\dots\dots (1)$$

4. Optimalkan Atribut. Untuk optimasi multi obyektif, pertunjukan normal ini ditambahkan dalam hal memaksimalkan (untuk menguntungkan atribut) dan dikurangi jika terjadi minimisasi (untuk atribut yang tidak menguntungkan). Maka masalah optimasi menjadi:

$$Y_i = \sum_j^g = 1. X * ij - \sum_j^n = 9 + 1. X * ij \dots\dots\dots (2)$$

5. Mengurangi nilai maximax dan minmax untuk menandakan bahwa sebuah atribut lebih penting itu bias dikalikan dengan bobot yang sesuai (Koefisien signifikasi). Saat atribut bobot dipertimbangkan perhitungan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$Y_1 = \sum_j^g = W. J. X * ij - \sum_j^n = 9 + 1. W. J X * ij \dots\dots\dots (3)$$

6. Menentukan ranking dari hasil perhitungan MOORA.

Keterangan :

Xij = Nilai dari alternatif I pada kriteria j.

i = 1, 2, ..., m sebagai banyaknya alternatif.

j = 1, 2, ..., n sebagai banyaknya kriteria.

X*ij = Bilangan tidak berdimensi yang termasuk dalam interval [0, 1] mewakili nilai normalisasi dan alternatif i pada kriteria j.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah bagian dari cara atau prosedur untuk mengumpulkan data. Metodologi penelitian merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data menjadi informasi yang lebih akurat sesuai permasalahan yang akan diteliti.

3.1.1 Deskripsi Data

Deskripsi data merupakan upaya untuk menampilkan data agar data tersebut dapat dipaparkan secara baik dan diinterpretasikan secara mudah. Pengambilan keputusan ini berdasarkan pada kriteria yang sudah mejadi penentu dalam melakukan. Berikut ini adalah kriteria yang di gunakan :

Tabel 2. Data Kriteria

Kode Kriteria	Nama Kriteria	Atribut	Bobot
C1	Kain	<i>Benefit</i>	30%
C2	Harga Rok	<i>Cost</i>	20%
C3	Corak Rok	<i>Benefit</i>	10%
C4	Jenis Rok	<i>Benefit</i>	15%
C5	Model Rok	<i>Benefit</i>	25%

Tabel 3. Bahan Rok

No	Kriteria	Himpunan	Bobot
1	Bahan	Katun	5
2		Scuba	4
3		Polyester	3
4		Satin	2
5		Wolfis	1

Tabel 4. Harga Rok

No	Kriteria	Himpunan	Bobot
1	Harga Produk	100.000-150.000	5
2		<100.000	4
3		Rp 150.000 – Rp 200.000	2
4		> Rp 200.000	1

Tabel 5. Corak Rok

No	Kriteria	Himpunan	Bobot
1	Corak Rok	Bercorak	5
2		Cenderung Polos	1

Tabel 6. Jenis Rok

No	Kriteria	Himpunan	Bobot
1	Jenis Rok	Rok Mini	1
2		Rok Mini dan Rok Midi	3
3		Rok Mini , Rok Midi, dan Rok Panjang	5

Tabel 7. Model Rok

No	Kriteria	Himpunan	Bobot
1	Model Rok	Kembang/Flare	5
2		Rample	3
3		Sepan	1

Berikut ini adalah data alternatif dan nilai bobotnya yaitu sebagai berikut :

Tabel 8. Data Alternatif

Alternatif	Kriteria				
	C1	C2	C3	C4	C5
A1	5	1	5	3	3
A2	5	1	1	5	5
A3	4	2	5	1	1
A4	3	5	1	1	5
A5	5	1	1	5	5
A6	1	4	1	3	1
A7	4	5	5	1	3
A8	2	4	1	3	1
A9	3	5	1	1	3
A10	4	5	5	3	5

3.1.2 Melakukan Normalisasi Matriks

Berikut ini adalah normalisasi matriks dari nilai alternatif sesuai dengan jenis kriterianya dengan ketentuan :

Tabel 9. Normalisasi Matriks

Kode	C1	C2	C3	C4	C5
A1	$\frac{5}{12,08} = 0,414$	$\frac{1}{11,79} = 0,085$	$\frac{5}{10,30} = 0,485$	$\frac{3}{9,49} = 0,316$	$\frac{3}{11,40} = 0,263$

A2	$\frac{5}{12,08} = 0,414$	$\frac{1}{11,79} = 0,085$	$\frac{1}{10,30} = 0,097$	$\frac{5}{9,49} = 0,527$	$\frac{5}{11,40} = 0,439$
A3	$\frac{4}{12,08} = 0,331$	$\frac{2}{11,79} = 0,170$	$\frac{5}{10,30} = 0,485$	$\frac{1}{9,49} = 0,105$	$\frac{1}{11,40} = 0,088$
A4	$\frac{3}{12,08} = 0,248$	$\frac{5}{11,79} = 0,424$	$\frac{1}{10,30} = 0,097$	$\frac{1}{9,49} = 0,105$	$\frac{5}{11,40} = 0,439$
A5	$\frac{5}{12,08} = 0,414$	$\frac{1}{11,79} = 0,085$	$\frac{1}{10,30} = 0,097$	$\frac{5}{9,49} = 0,527$	$\frac{5}{11,40} = 0,439$
A6	$\frac{1}{12,08} = 0,083$	$\frac{4}{11,79} = 0,340$	$\frac{1}{10,30} = 0,097$	$\frac{3}{9,49} = 0,316$	$\frac{1}{11,40} = 0,088$
A7	$\frac{4}{12,08} = 0,331$	$\frac{5}{11,79} = 0,424$	$\frac{5}{10,30} = 0,485$	$\frac{1}{9,49} = 0,105$	$\frac{3}{11,40} = 0,263$
A8	$\frac{2}{12,08} = 0,166$	$\frac{4}{11,79} = 0,340$	$\frac{1}{10,30} = 0,097$	$\frac{3}{9,49} = 0,316$	$\frac{1}{11,40} = 0,088$
A9	$\frac{3}{12,08} = 0,248$	$\frac{5}{11,79} = 0,424$	$\frac{1}{10,30} = 0,097$	$\frac{1}{9,49} = 0,105$	$\frac{3}{11,40} = 0,263$
A10	$\frac{4}{12,08} = 0,331$	$\frac{5}{11,79} = 0,424$	$\frac{5}{10,30} = 0,485$	$\frac{3}{9,49} = 0,316$	$\frac{5}{11,40} = 0,439$

3.1.3 Perkalian Matriks

Untuk optimalisasi matriks ternormalisasi dari setiap alternatif maka dilakukan perkalian bobot disertakan pencarian y ternormalisasi. Maka nilai $X_{ij} * W_j$ yaitu sebagai berikut :

$$C1 = A1 : 0,3 \times 0,414 = 0,1242$$

$$A2 : 0,3 \times 0,414 = 0,1242$$

$$A3 : 0,3 \times 0,331 = 0,0993$$

$$A4 : 0,3 \times 0,248 = 0,0744$$

$$A5 : 0,3 \times 0,414 = 0,1242$$

$$A6 : 0,3 \times 0,083 = 0,0249$$

$$A7 : 0,3 \times 0,331 = 0,0993$$

$$A8 : 0,3 \times 0,166 = 0,0498$$

$$A9 : 0,3 \times 0,248 = 0,0744$$

$$A10 : 0,3 \times 0,331 = 0,0993$$

$$C4 = A1 : 0,15 \times 0,316 = 0,0474$$

$$A2 : 0,15 \times 0,527 = 0,0791$$

$$A3 : 0,15 \times 0,105 = 0,0158$$

$$A4 : 0,15 \times 0,105 = 0,0158$$

$$A5 : 0,15 \times 0,527 = 0,0791$$

$$A6 : 0,15 \times 0,316 = 0,0474$$

$$A7 : 0,15 \times 0,105 = 0,0158$$

$$A8 : 0,15 \times 0,316 = 0,0474$$

$$A9 : 0,15 \times 0,105 = 0,0158$$

$$A10 : 0,15 \times 0,316 = 0,0474$$

$$C2 = A1 : 0,2 \times 0,085 = 0,0170$$

$$A2 : 0,2 \times 0,085 = 0,0170$$

$$A3 : 0,2 \times 0,170 = 0,0340$$

$$A4 : 0,2 \times 0,424 = 0,0848$$

$$A5 : 0,2 \times 0,085 = 0,0170$$

$$A6 : 0,2 \times 0,340 = 0,0680$$

$$A7 : 0,2 \times 0,424 = 0,0848$$

$$A8 : 0,2 \times 0,340 = 0,0680$$

$$A9 : 0,2 \times 0,424 = 0,0848$$

$$A10 : 0,2 \times 0,424 = 0,0848$$

$$C5 = A1 : 0,25 \times 0,263 = 0,0658$$

$$A2 : 0,25 \times 0,439 = 0,1098$$

$$A3 : 0,25 \times 0,088 = 0,0220$$

$$A4 : 0,25 \times 0,439 = 0,1098$$

$$A5 : 0,25 \times 0,439 = 0,1098$$

$$A6 : 0,25 \times 0,088 = 0,0220$$

$$A7 : 0,25 \times 0,263 = 0,0658$$

$$A8 : 0,25 \times 0,088 = 0,0220$$

$$A9 : 0,25 \times 0,263 = 0,0658$$

$$A10 : 0,25 \times 0,439 = 0,1098$$

$$C3 = A1 : 0,1 \times 0,485 = 0,0485$$

$$A2 : 0,1 \times 0,097 = 0,0097$$

$$A3 : 0,1 \times 0,485 = 0,0485$$

$$A4 : 0,1 \times 0,097 = 0,0097$$

$$A5 : 0,1 \times 0,097 = 0,0097$$

$$A6 : 0,1 \times 0,097 = 0,0097$$

$$A7 : 0,1 \times 0,485 = 0,0485$$

$$A8 : 0,1 \times 0,097 = 0,0097$$

$$A9 : 0,1 \times 0,097 = 0,0097$$

$$A10 : 0,1 \times 0,485 = 0,0485$$

3.1.4 Nilai Maximum dan Minimum dari Data Alternatif

Selanjutnya dilakukan pengurangan antara kriteria yang memiliki atribut *benefit* dan *cost* seperti berikut :

Tabel 10. Nilai *Maximum* dan Nilai *Minimum*

Kode	MAX (C1+C3+C4+C5)	MIN (C2)
A1	0,2859	0,0170
A2	0,3228	0,0170
A3	0,0956	0,0340
A4	0,2097	0,0848
A5	0,3228	0,0170
A6	0,1040	0,0680
A7	0,2294	0,0848
A8	0,1727	0,0680
A9	0,1657	0,0848
A10	0,3050	0,0848

3.1.5 Pengurangan Nilai *Maximum* dan *Minimum*

Nilai preferensi didapat setelah mengurangi antara total nilai kriteria yang memiliki atribut *benefit (max)* dengan nilai kriteria yang memiliki atribut *cost (min)*.

Tabel 11. Pengurangan Nilai *Maximum* dan *Minimum*

Kode	MAX (C1+C3+C4+C5)	MIN (C2)	Nilai (Max-Min)
A1	0,2859	0,0170	0,2689
A2	0,3228	0,0170	0,3058
A3	0,0956	0,0340	0,0616
A4	0,2097	0,0848	0,1249
A5	0,3228	0,0170	0,3058
A6	0,1040	0,0680	0,0360
A7	0,2294	0,0848	0,1446
A8	0,1727	0,0680	0,1047
A9	0,1657	0,0848	0,0809
A10	0,3050	0,0848	0,2202

3.1.6 Perangkingan

Berdasarkan perhitungan diatas maka dilakukanlah perangkingan berdasarkan hasil dari perhitungan tersebut . Berikut ini hasil keputusan menggunakan metode MOORA yaitu :

Tabel 12. Hasil Keputusan Metode MOORA

Rank	Alternatif	Nilai Preferensi	Rangking
1	Divided H & M	0,3058	1
2	Zara	0,3058	1
3	UNIQLO	0,2689	2
4	Mango	0,2202	3
5	Iora	0,1446	4
6	Cotton On	0,1249	5
7	The Executive	0,1047	6
8	Kiyo	0,0809	7
9	Forever 21	0,0616	8
10	G2000 Woman	0,0360	9

3.2 Hasil Tampilan AntarMuka

3.2.1 Form Login

Berikut ini merupakan tampilan dari *form login* yang telah selesai dibangun, untuk melakukan proses validasi. *Form* ini berisi input data *username* dan *password*.



Gambar 1 Tampilan *Form Login*

3.2.2 Form Menu Utama

Berikut ini merupakan tampilan dari *form menu utama* yang telah dibangun. Terdapat menu data , proses moora , laporan dan menu untuk keluar dari aplikasi.



Gambar 2 Tampilan *Form Menu Utama*

3.2.3 Form Data Alternatif

Berikut ini merupakan tampilan dari *form data barang* yang berisi untuk menginput data – data alternatif yang akan digunakan dalam proses Moora yang berisi kode alternatif , nama alternatif , menyimpan, mengubah, dan menghapus data-data barang serta membersihkan kolom kode dan nama alternatif.



Kode Alternatif	Nama Alternatif
A01	UNGLO
A02	Divided H&M
A03	Forever 21
A04	Cotton On
A05	Zara Basic
A06	G2000 Woman
A07	lora
A08	The Executive

Gambar 3 Tampilan *Form Data Alternatif*

3.2.4 Form Data Kriteria

Berikut ini merupakan tampilan dari *form data kriteria* yang berfungsi menginput data kriteria yang akan digunakan dalam proses pengambilan keputusan yang berisi kode kriteria , nama kriteria, bobot kriteria , jenis kriteria , menyimpan, mengubah, dan menghapus data-data barang serta membersihkan kolom.

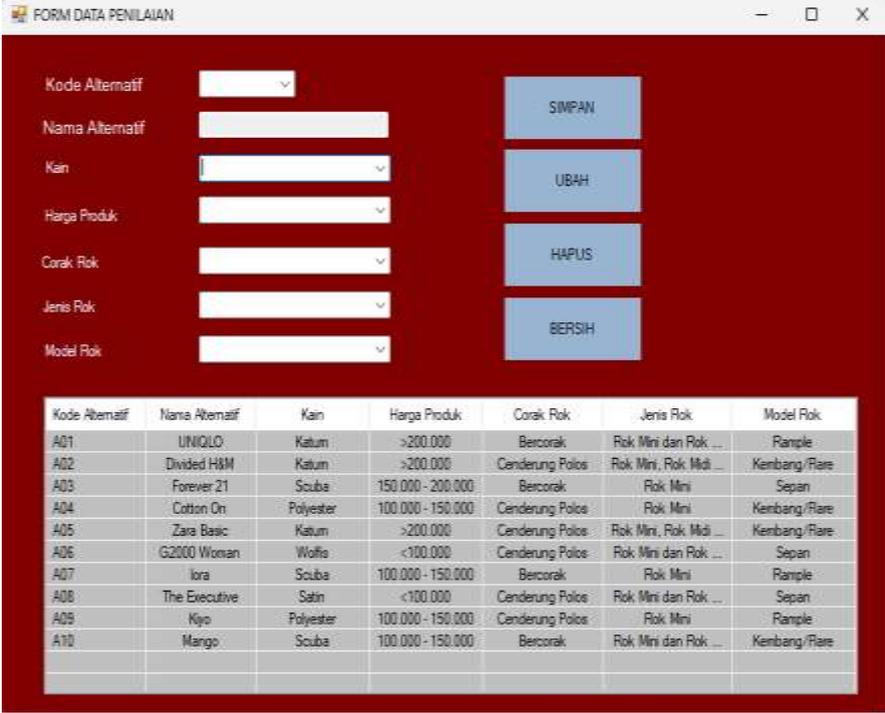


Kode Kriteria	Nama Kriteria	Bobot Kriteria	Jenis Kriteria
C1	Kain	0,3	Benefit
C2	Harga Rok	0,2	Cost
C3	Corak Rok	0,10	Benefit
C4	Jenis Rok	0,15	Benefit
C5	Model Rok	0,25	Benefit

Gambar 4 Tampilan *Form* Data Kriteria

3.2.5 Form Data Penilaian

Berikut ini merupakan tampilan dari *form* proses penilaian yang berfungsi untuk menginput data penilaian terhadap setiap alternatif yang akan diinput.



Kode Alternatif	Nama Alternatif	Kain	Harga Produk	Corak Rok	Jenis Rok	Model Rok
A01	UNIQLO	Katun	>200.000	Bercorak	Rok Mini dan Rok ...	Rample
A02	Divided H&M	Katun	>200.000	Cenderung Polos	Rok Mini, Rok Miki ...	Kembang/Rare
A03	Forever 21	Scuba	150.000 - 200.000	Bercorak	Rok Mini	Sepan
A04	Cotton On	Polyester	100.000 - 150.000	Cenderung Polos	Rok Mini	Kembang/Rare
A05	Zara Basic	Katun	>200.000	Cenderung Polos	Rok Mini, Rok Miki ...	Kembang/Rare
A06	G2000 Woman	Wolfs	<100.000	Cenderung Polos	Rok Mini dan Rok ...	Sepan
A07	Iora	Scuba	100.000 - 150.000	Bercorak	Rok Mini	Rample
A08	The Executive	Satin	<100.000	Cenderung Polos	Rok Mini dan Rok ...	Sepan
A09	Kiyo	Polyester	100.000 - 150.000	Cenderung Polos	Rok Mini	Rample
A10	Mango	Scuba	100.000 - 150.000	Bercorak	Rok Mini dan Rok ...	Kembang/Rare

Gambar 5 Tampilan *Form* Proses Perhitungan

3.2.6 Form Proses Moora

Berikut ini adalah tampilan dari proses moora dimana proses ini berfungsi untuk melakukan proses perhitungan dengan menggunakan metode moora yang akan menghasilkan berupa hasil perankingan sehingga menjadi bahan evaluasi. Kemudian bisa disimpan dan dicetak. Data juga bisa dibatalkan jika terdapat kesalahan pada penginputan.

FORM PROSES METODE MOORA

PROSE PERHITUNGAN METODE MOORA

Kode Alternatif	Nama Alternatif	C1	C2	C3	C4	C5
A01	UNIQLO	5	1	5	3	3
A02	Divided H&M	5	1	1	5	5
A03	Forever 21	4	2	5	1	1
A04	Cotton On	3	5	1	1	5
A05	Zara Basic	5	1	1	5	5
A06	G2000 Woman	1	4	1	3	1
A07	lora	4	5	5	1	3
A08	The Executive	2	4	1	3	1
A09	Kiyo	3	5	1	1	3
A10	Mango	4	5	5	3	5

HASIL PERHITUNGAN MOORA

Kode Alternatif	Nama Alternatif	Hasil	Keterangan
A01	UNIQLO		
A02	Divided H&M		
A03	Forever 21		
A04	Cotton On		
A05	Zara Basic		
A06	G2000 Woman		
A07	lora		
A08	The Executive		
A09	Kiyo		
A10	Mango		

PROSES

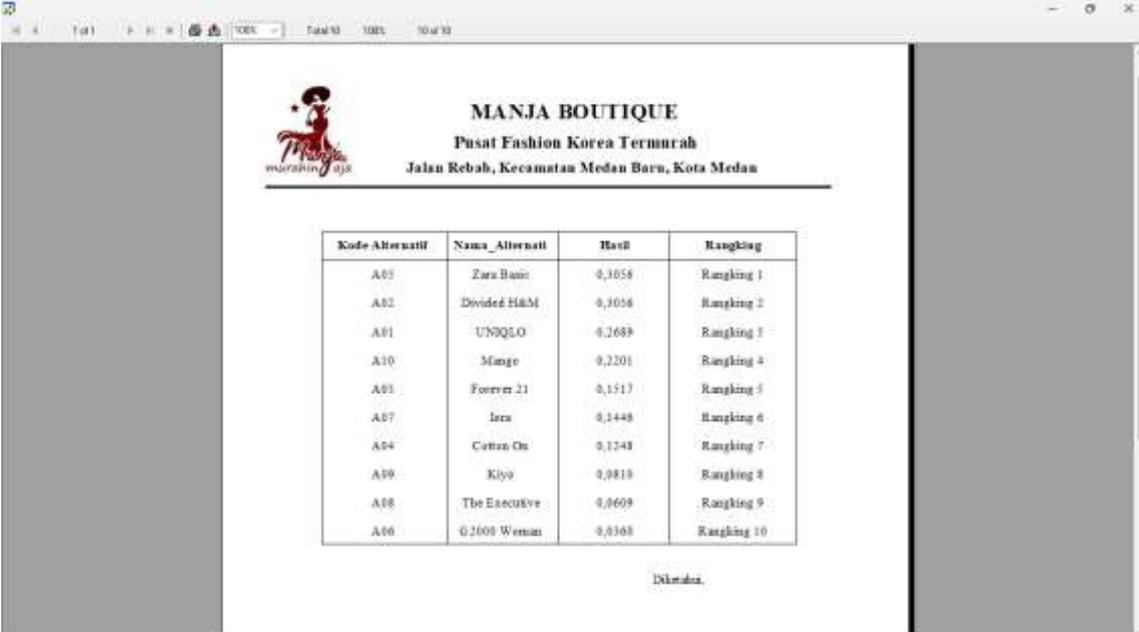
LAPORAN

KELUAR

Gambar 6 Form Proses Moora

3.2.7 Form Laporan Hasil

Laporan ini berfungsi untuk menampilkan data hasil proses perhitungan dengan metode *moora* yang berisi kode alternatif, nama alternatif, hasil, dan keterangan barang yang dikategorikan dalam ranking.



MANJA BOUTIQUE
Pusat Fashion Korea Ternurah
Jalan Rebab, Kecamatan Medan Baru, Kota Medan

Kode Alternatif	Nama Alternatif	Hasil	Ranking
A05	Zara Basic	0,3058	Ranking 1
A02	Divided H&M	0,3058	Ranking 2
A01	UNIQLO	0,2689	Ranking 3
A10	Mango	0,2201	Ranking 4
A03	Forever 21	0,1517	Ranking 5
A07	lora	0,1448	Ranking 6
A04	Cotton On	0,1248	Ranking 7
A09	Kiyo	0,0810	Ranking 8
A08	The Executive	0,0609	Ranking 9
A06	G2000 Woman	0,0368	Ranking 10

Dikemas

Gambar 7 Tampilan Form Laporan Hasil

4. KESIMPULAN

Dalam merancang dan membangun sistem untuk pemilihan merek rok *fashion* pada Toko Manja Boutique, Berdasarkan hasil analisa metode MOORA dapat diterapkan dalam pemecahan masalah pada Toko Manja Boutique terkait pengambilan keputusan untuk pemilihan merek rok *fashion* dengan menggunakan beberapa kriteria. Aplikasi yang dirancang dan dibangun dengan menggunakan bahasa pemrograman *Visual Studio*, database *Microsoft Access* dan *Crystal Report* dalam sistem pendukung keputusan dengan metode MOORA. Dengan adanya sistem yang dibangun

dengan menggunakan metode MOORA dapat membantu pemilik toko dalam merekomendasikan produk kepada pelanggan dengan waktu yang lebih singkat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji Syukur atas Kebaikan Tuhan Yang Maha Esa karena telah memberikan kemudahan dan kemurahanNya sehingga jurnal ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua orang tua, ayah dan ibu tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan semuanya dengan baik. Dalam penyusunan jurnal ini banyak bimbingan dan arahan dari banyak pihak maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Dudi Rahmadiansyah, S.T., M.T selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan waktu dan arahan dalam penyelesaian jurnal ini dan juga kepada Ibu Meri Sri Wahyuni, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan waktu dan arahan dalam penyelesaian jurnal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] V. M. Sitorus, "Sistem Pendukung Keputusan Branding Brand Berdasarkan Kualitas Produk Menggunakan Iterative Dichotomiser 3 Pada Matahari Thamrin Plaza," *BIOSTech : Bulletin of Computer Science and Information Technology*, vol. 1, pp. 1-8, 2022.
- [2] M. W. Sari, O. Alexander dan N. Marcheta, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Sepatu Pada Online Shop Choice Fashion Dengan Menggunakan Metode Moora," *DoubleClick: Journal of Computer and Information Technology*, vol. 5, no. DOI:10.25273/doubleclick.v5i1.10038, pp. 43-52, 2021.
- [3] Y. Prihatin, "Pengaruh Penggunaan Bahan Terhadap Hasil Jadi Rok Setengah Lingkaran Pada Ukuran M," *Tata Busana*, vol. 5, pp. 44-54, 2016.
- [4] V. D. Lestari, "Peningkatan Kompetensi Membuat Macam - Macam Pola Rok Dengan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw Di SMKN 6 Yogyakarta," *Teknik Busana*, vol. 3, pp. 75-83, 2013.
- [5] J. Hutagalung, "Application of the AHP-TOPSIS Method to Determine the Feasibility of Fund Loans Penerapan Metode AHP TOPSIS untuk Menentukan Kelayakan Pinjaman Dana," *J. Pekommas*, vol. 6, no. 1, pp. 1-11, 2021, doi: 10.30818/jpkm.2021.2060101.
- [6] L. Kristiyanti, A. Sugiharto dan H. A. W, "Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Pengajar Les Privat Untuk Siswa Lembaga Bimbingan Belajar Dengan Metode AHP," *Jurnal Masyarakat Informatika*, vol. 4, pp. 39-47, 2017.
- [7] J. Hutagalung, and U. F. Sari, "Penerapan Metode K-Means dan MOORA Dalam Penerimaan Bantuan Stimulan Perumahan Swadaya (BSPS)," *InfoTekJar J. Nas. Inform. dan Teknol. Jar.*, vol. 6, no. 1, pp. 30-42, 2021, [Online]. Available: <https://doi.org/10.30743/infotekjar.v6i1.4093>
- [8] M. Ashari, Arini dan F. Mintarsih, "Aplikasi Pemilihan Bibit Budidaya Ikan Air Tawar dengan Metode MOORA," *Jurnal Sistem Informasi*, vol. 1, pp. 63-72, 2017.
- [9] A. Chikalananda, N. Wdiyasono dan R. Gunawan, "Implementasi Multi Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis(MOORA) Pada Sistem Informasi Geografis Rekomendasi Pemilihan Sekolah," *Jurnal Siliwangii*, vol. 6, pp. 36-43, 2020.
- [10] A. T. A. Susilo, L. Sunardi dan O. H. Lingga, "Penerapan Metode Multi Objective Optimization On The Basis Of Ratio Analysis(MOORA) Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Kredit Bagi UMKM Di Kota Lubuk Linggau," *Digital Teknologi Informasi*, vol. 5, pp. 1-6, 2022.