



Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Profile Matching dalam Menentukan Kelayakan Lokasi Pemasaran Produk Layanan Internet pada PT Adidaya Infocom Lestari

Kurrota Akyun Siregar^{1*}, Erwin Setiawan Panjaitan², Sofiana Nurjanah³

Universitas Mikroskil, Indonesia

Email: 211232023@students.mikroskil.ac.id^{1}, erwin@mikroskil.ac.id²,
sofiana.nurjanah@mikroskil.ac.id³

*Correspondence

ABSTRAK

PT Adidaya Infocom Lestari menghadapi tantangan dalam menentukan lokasi pemasaran yang optimal untuk produk layanan internetnya. Penelitian ini bertujuan mengembangkan sistem pendukung keputusan (SPK) menggunakan metode Profile Matching untuk mengatasi masalah tersebut. Metode ini dipilih karena kemampuannya membandingkan profil ideal lokasi dengan profil lokasi aktual berdasarkan kriteria yang ditentukan perusahaan. Penelitian melibatkan identifikasi faktor-faktor penting dalam pemilihan lokasi, seperti demografi, potensi pasar, dan faktor lingkungan bisnis. Kemudian, SPK dibangun dengan menerapkan metode Profile Matching untuk mengevaluasi dan meranking lokasi-lokasi potensial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa SPK berhasil mengidentifikasi lokasi-lokasi pemasaran yang paling layak. Implementasi SPK ini juga meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengambilan keputusan perusahaan terkait lokasi pemasaran. Penelitian ini memberikan kontribusi signifikan bagi perusahaan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran dan alokasi sumber daya.

Kata kunci: sistem pendukung keputusan, Profile Matching, lokasi pemasaran, layanan internet.

ABSTRACT

PT Adidaya Infocom Lestari faces challenges in determining optimal marketing locations for its internet service products. This research aims to develop a decision support system (DSS) using the Profile Matching method to address this issue. The method is chosen for its ability to compare ideal location profiles with actual location profiles based on criteria determined by the company. The research involves identifying key factors in location selection, such as demographics, market potential, and business environment factors. Subsequently, a DSS is built by implementing the Profile Matching method to evaluate and rank potential locations. The results show that the DSS successfully identifies the most feasible marketing locations. Implementation of this DSS also improves the efficiency and effectiveness of the company's decision-making regarding marketing locations. This research provides a significant contribution to the company in optimizing marketing strategies and resource allocation.

Keywords: decision support system, Profile Matching, marketing location, internet service.

PENDAHULUAN

Internet telah merevolusi cara bisnis beroperasi, membuka peluang bagi perusahaan untuk menjangkau pasar global dan berinteraksi dengan pelanggan secara digital (Nilma, 2022). Di Indonesia, dengan penetrasi internet yang terus meningkat, potensi pertumbuhan bisnis online sangat besar, menawarkan peluang bagi perusahaan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi operasional. Pada tahun 2018 lalu, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 171,17 juta

pengguna (Tarigan et al., 2024). Berkat perpaduan tersebut, nilai bisnis online di Indonesia pun mampu menembus 12 miliar USD. Dan untuk tahun 2024 ini, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat mencapai 221,563 juta pengguna (Santoso et al., 2022). Namun, di tengah potensi pasar yang besar ini, persaingan yang ketat di industri ini menuntut perusahaan penyedia layanan internet untuk terus berinovasi dan meningkatkan efisiensi operasional mereka. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah menentukan lokasi pemasaran yang optimal untuk memaksimalkan potensi pasar dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan (Honainah et al., 2020).

Penentuan lokasi pemasaran yang optimal bukanlah tugas yang sederhana. Perusahaan perlu mempertimbangkan berbagai faktor yang saling terkait dan dapat mempengaruhi keberhasilan strategi pemasaran mereka. Faktor-faktor seperti demografi penduduk, daya beli masyarakat, tingkat adopsi teknologi, serta kondisi infrastruktur dan persaingan di wilayah target, semuanya berperan penting dalam menentukan potensi suatu lokasi (Pamungkas, 2017). Selain itu, perusahaan juga perlu memperhitungkan biaya operasional, aksesibilitas, dan ketersediaan sumber daya pendukung di setiap lokasi yang dipertimbangkan. Kegagalan dalam mempertimbangkan faktor-faktor ini secara komprehensif dapat mengakibatkan pemilihan lokasi yang tidak tepat, yang pada gilirannya dapat menghambat pertumbuhan bisnis dan mengurangi profitabilitas (Ambarsari et al., 2024).

PT Adidaya Infocom Lestari, sebagai perusahaan penyedia layanan internet, saat ini masih menggunakan pendekatan konvensional dalam menentukan lokasi pemasaran. Pendekatan ini, yang sering kali didasarkan pada intuisi dan pengalaman daripada analisis data yang komprehensif, dapat mengakibatkan alokasi sumber daya yang tidak efisien dan keputusan strategis yang kurang tepat, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar layanan internet. Konsekuensinya, perusahaan dapat mengalami kesulitan dalam mencapai penetrasi pasar yang optimal, alokasi sumber daya yang tidak efisien, dan kemungkinan kegagalan dalam mencapai target bisnis (Maulina et al., 2022).

Untuk mengatasi tantangan ini, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi dan metode analisis yang lebih canggih. Salah satu solusi yang menjanjikan adalah penggunaan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dengan metode Profile Matching (Wibowo et al., 2023). SPK adalah sistem berbasis komputer yang interaktif yang membantu pengambil keputusan memanfaatkan data dan model untuk memecahkan masalah yang tidak terstruktur atau semi-terstruktur (Sharda et al., 2021). Dalam konteks ini, SPK dapat membantu PT Adidaya Infocom Lestari dalam mengevaluasi dan memilih lokasi pemasaran yang paling layak dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang relevan.

Metode Profile Matching, sebagai salah satu metode yang dapat diimplementasikan dalam SPK, menawarkan pendekatan yang sistematis dan objektif dalam pengambilan keputusan terkait lokasi pemasaran. Metode ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan evaluasi yang komprehensif terhadap berbagai lokasi potensial berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan, seperti kepadatan penduduk, tingkat pendapatan, tingkat penggunaan internet, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi kelayakan sebuah lokasi untuk pemasaran produk layanan internet. Langkah-langkah dalam metode Profile Matching, seperti aspek penilaian, pemetaan GAP kompetensi, pembobotan GAP kompetensi, perhitungan, dan pengelompokan Core Factor dan Secondary Factor, menjadi kunci dalam menentukan kecocokan suatu lokasi pemasaran dengan karakteristik produk dan kebutuhan pasar (Sutinah, 2017).

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan SPK dengan metode Profile Matching yang dapat membantu PT Adidaya Infocom Lestari dalam menentukan lokasi pemasaran yang optimal. Dengan memanfaatkan metode Profile Matching, SPK ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi lokasi pemasaran yang paling sesuai dengan profil ideal yang telah ditetapkan oleh perusahaan, sehingga dapat

meningkatkan efektivitas strategi pemasaran dan penetrasi pasar. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi dalam pemilihan lokasi pemasaran yang tepat bagi PT. Adidaya Infocom Lestari, tetapi juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang tertarik mengkaji lebih lanjut tentang strategi penentuan lokasi pemasaran pada industri layanan internet, terutama dengan memanfaatkan metode Profile Matching.

METODE

Penelitian ini termasuk dalam kategori Penelitian Aplikasi karena fokus pada penerapan Sistem Pendukung Keputusan (SPK) dengan metode Profile Matching untuk menentukan kelayakan lokasi pemasaran produk layanan internet pada PT Adidaya Infocom Lestari.

Sumber Data

1. Data Primer: Data yang diperoleh langsung dari perusahaan melalui wawancara, observasi, dan pengumpulan informasi terkait kriteria penilaian kelayakan lokasi pemasaran, seperti data demografi, infrastruktur, kompetisi pasar, dan biaya operasional.
2. Data Sekunder: Data sekunder diperoleh dari sumber-sumber yang relevan seperti laporan internal perusahaan, data demografi, data pasar, dan publikasi yang terkait dengan tren industri pemasaran dan layanan internet.

Teknik Analisis Data

Metode Profil Matching:

1. Menggunakan pendekatan sistematis untuk membandingkan profil ideal lokasi dengan lokasi aktual berdasarkan kriteria yang relevan, seperti demografi, potensi pasar, infrastruktur, dan faktor lainnya.
2. Pemetaan GAP: Membandingkan setiap kriteria penilaian dengan standar yang diinginkan untuk menentukan nilai selisih (GAP).
3. Pembobotan GAP: Menentukan bobot nilai berdasarkan perbedaan yang teridentifikasi dalam proses GAP.
4. Pengelompokan Core Factor dan Secondary Factor: Mengelompokkan faktor yang lebih penting (Core Factor) dan faktor yang kurang penting (Secondary Factor) untuk perhitungan lebih lanjut.
5. Perhitungan Nilai Total: Menghitung nilai total berdasarkan pembobotan Core dan Secondary Factor.
6. Ranking: Menentukan ranking dari lokasi-lokasi yang diuji berdasarkan nilai total yang dihitung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil perhitungan dengan metode profile matching menunjukkan peringkat kelayakan lokasi pemasaran produk layanan internet pada PT Adidaya Infocom Lestari sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Akhir / Ranking

<i>Ranking</i>	ID Alternatif	Alternatif	Nilai Hasil Akhir
1	A03	Kecamatan Medan Amplas	3,925
2	A02	Kecamatan Medan Selayang	3,9125

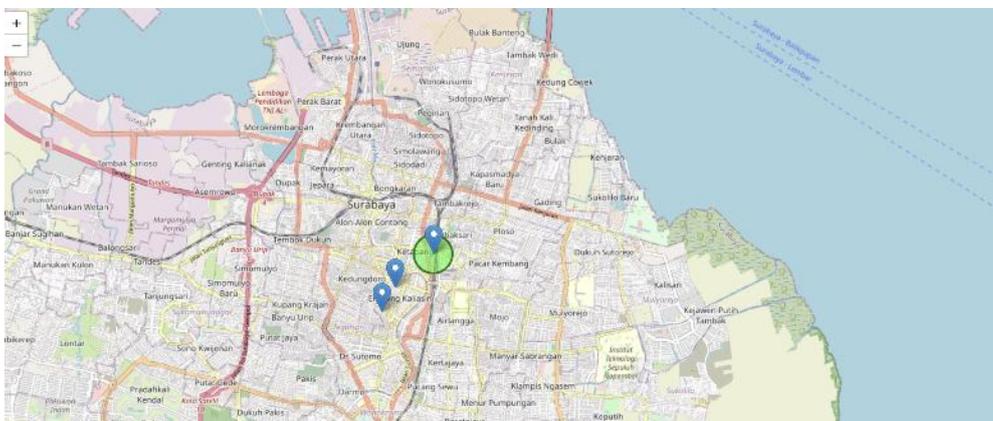
3	A01	Kecamatan Medan Petisah	3,775
---	-----	-------------------------	-------

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat dilihat bahwa Kecamatan Medan Amplas (A03) merupakan lokasi yang paling layak dengan nilai 3,925. Ini menunjukkan bahwa lokasi ini memiliki faktor-faktor yang lebih unggul dibandingkan dengan Kecamatan Medan Selayang (A02) dan Kecamatan Medan Petisah (A01).

Maka dari itu PT Adidaya Infocom Lestari dapat mempertimbangkan untuk memfokuskan strategi pemasaran di Kecamatan Medan Amplas untuk memaksimalkan penetrasi pasar dan potensi keuntungan, sembari terus mengevaluasi dan mengoptimalkan pendekatan mereka di lokasi-lokasi lainnya.

Analisis Berbasis Peta

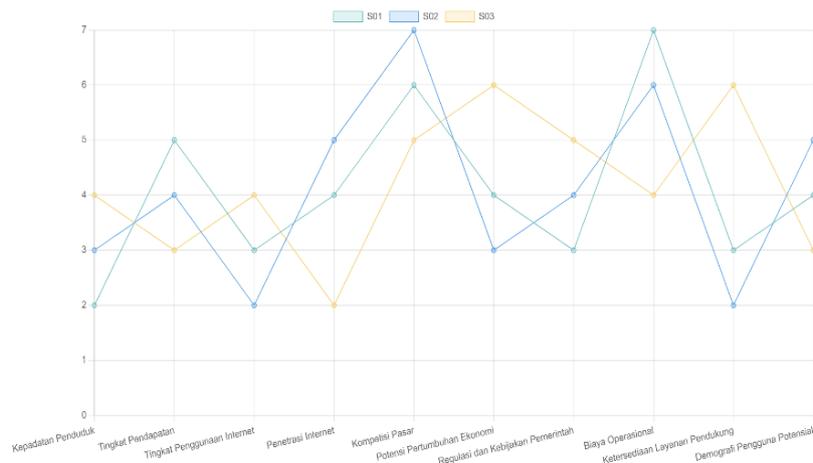
Berikut hasil analisis berdasarkan map untuk memudahkan dalam menganalisis lokasi,



Gambar 1 Hasil analisis berbasis peta

Gambar diatas menampilkan peta lokasi alternatif untuk pemasaran produk layanan internet pada PT. Adidaya Infocom Lestari. Peta ini menunjukkan tiga lokasi alternatif di wilayah Medan, yaitu Kelurahan Petisah Tengah (Medan Petisah), Kelurahan Tanjung Sari (Medan Selayang), dan Kelurahan Harjosari II (Medan Amplas). Pada peta ini, Kelurahan Petisah Tengah ditandai dengan lingkaran hijau yang menunjukkan wilayah yang dipilih (Ritonga, 2023). Lingkaran ini menunjukkan area dengan radius 500 meter dari titik tengah lokasi, yang menandakan bahwa Kelurahan Petisah Tengah menjadi fokus utama dalam pemasaran produk layanan internet.

Analisis Berbasis Grafik



Gambar 1 Hasil analisis berbasis grafik

Gambar diatas menampilkan grafik perbandingan kriteria untuk tiga lokasi alternatif: A01, A02, dan A03. Grafik ini memberikan visualisasi yang jelas tentang bagaimana setiap alternatif memenuhi berbagai kriteria yang telah ditentukan.

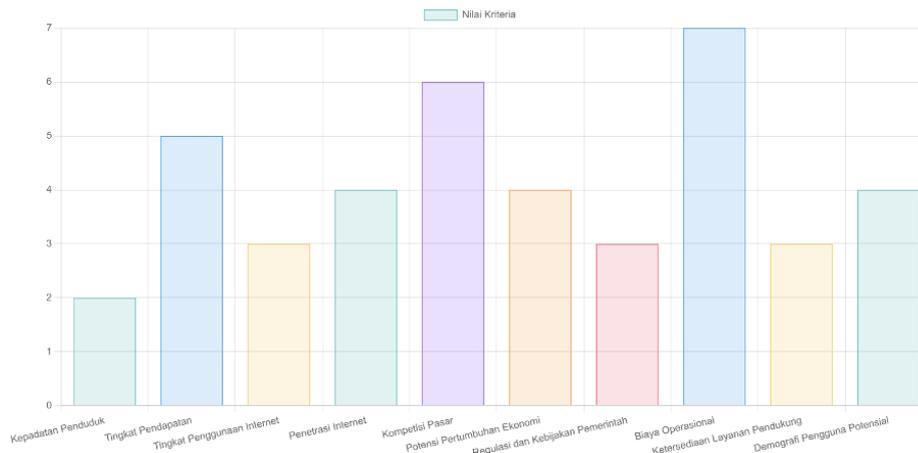
Dalam grafik ini, sumbu x menampilkan sepuluh kriteria yang digunakan untuk menilai setiap lokasi alternatif. Kriteria tersebut meliputi:

1. Kepadatan Penduduk
2. Tingkat Pendapatan
3. Demografi Pengguna Potensial
4. Tingkat Penggunaan Internet
5. Penetrasi Internet
6. Ketersediaan Layanan Pendukung
7. Kompetisi Pasar
8. Potensi Pertumbuhan Ekonomi
9. Regulasi dan Kebijakan Pemerintah
10. Biaya Operasional

Sumbu y menunjukkan nilai yang diberikan untuk setiap kriteria pada masing-masing alternatif. Setiap alternatif diwakili oleh garis dengan warna berbeda:

1. A01 ditampilkan dengan garis berwarna hijau
2. A02 ditampilkan dengan garis berwarna biru
3. A03 ditampilkan dengan garis berwarna kuning

Setiap titik pada garis menunjukkan nilai untuk kriteria tertentu bagi alternatif tersebut. Misalnya, A01 memiliki nilai 2 untuk Kepadatan Penduduk dan nilai 5 untuk Tingkat Pendapatan. Grafik ini sangat membantu dalam memahami kelebihan dan kekurangan masing-masing alternatif berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan (Chairrah et al., 2023). Visualisasi ini memungkinkan analisis yang lebih mendalam dan memudahkan dalam pengambilan keputusan yang didasarkan pada data yang jelas dan terstruktur. Dengan melihat perbandingan ini, dapat ditentukan alternatif mana yang paling sesuai dengan kebutuhan dan prioritas perusahaan.



Gambar 3
Hasil analisis berbasis grafik batang

Gambar diatas menampilkan grafik kriteria yang digunakan untuk menilai berbagai lokasi alternatif berdasarkan sepuluh kriteria utama. Grafik ini menggunakan jenis grafik batang (bar chart) yang memungkinkan visualisasi nilai setiap kriteria dengan jelas. Kriteria yang dievaluasi meliputi kepadatan penduduk, tingkat pendapatan, tingkat penggunaan internet, penetrasi internet, kompetisi pasar, potensi pertumbuhan ekonomi, regulasi dan kebijakan pemerintah, biaya operasional, ketersediaan layanan pendukung, dan demografi pengguna potensial. Setiap kriteria diwakili oleh batang dengan warna yang berbeda, yang memudahkan perbandingan dan analisis visual terhadap nilai masing-masing kriteria.

Grafik ini memberikan informasi penting mengenai penilaian komprehensif dari setiap kriteria yang mempengaruhi lokasi alternatif. Dengan melihat grafik ini, kita dapat dengan mudah mengidentifikasi kriteria mana yang memiliki nilai tinggi dan mana yang rendah. Misalnya, biaya operasional memiliki nilai tertinggi, menunjukkan bahwa ini mungkin menjadi faktor yang sangat dipertimbangkan dalam evaluasi lokasi. Sebaliknya, kepadatan penduduk memiliki nilai yang relatif rendah, yang mungkin menunjukkan bahwa faktor ini kurang mempengaruhi keputusan akhir. Dengan visualisasi ini, pengambil keputusan dapat lebih mudah menganalisis dan memahami berbagai faktor yang berperan dalam penentuan lokasi alternatif yang optimal.



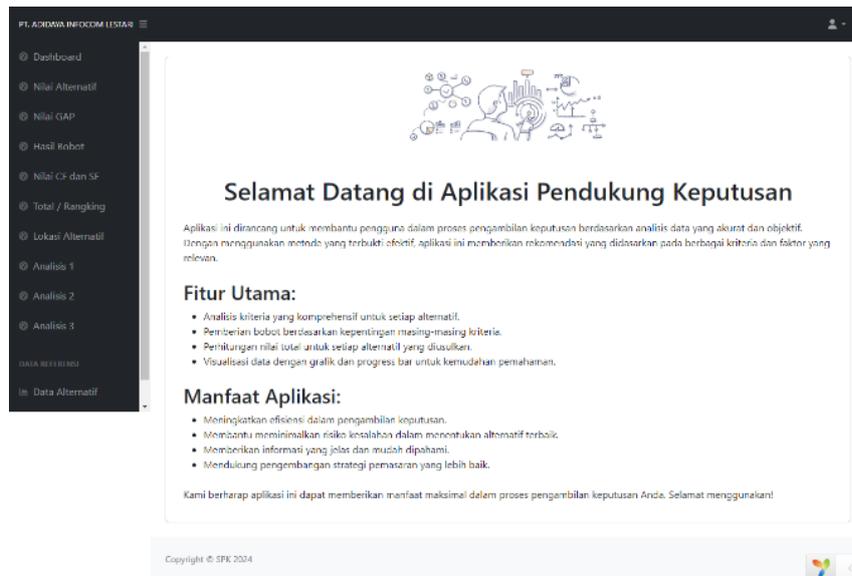
Gambar 4
Hasil analisis berbasis grafik donat

Gambar diatas menampilkan berbagai grafik donat yang memvisualisasikan perbandingan nilai kriteria berdasarkan tiga alternatif lokasi. Setiap tile di halaman ini menampilkan satu kriteria dengan perbandingan nilai untuk tiga alternatif yang berbeda: A01, A02, dan A03. Kriteria yang dievaluasi meliputi kepadatan penduduk, tingkat pendapatan, tingkat penggunaan internet, penetrasi internet, kompetisi pasar, potensi pertumbuhan ekonomi, regulasi dan kebijakan pemerintah, biaya operasional, ketersediaan layanan pendukung, dan demografi pengguna potensial. Warna yang berbeda digunakan untuk mewakili masing-masing alternatif, sehingga memudahkan visualisasi dan analisis perbandingan.

Setiap grafik donat menunjukkan bagaimana masing-masing lokasi alternatif memenuhi kriteria tertentu. Misalnya, pada grafik donat untuk kepadatan penduduk, kita dapat melihat bahwa alternatif A02 memiliki nilai tertinggi, diikuti oleh A03 dan A01. Hal ini memberikan gambaran visual yang jelas tentang kekuatan dan kelemahan masing-masing alternatif berdasarkan berbagai kriteria. Visualisasi ini sangat berguna untuk membantu pengambil keputusan dalam mengevaluasi dan membandingkan lokasi alternatif secara menyeluruh berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

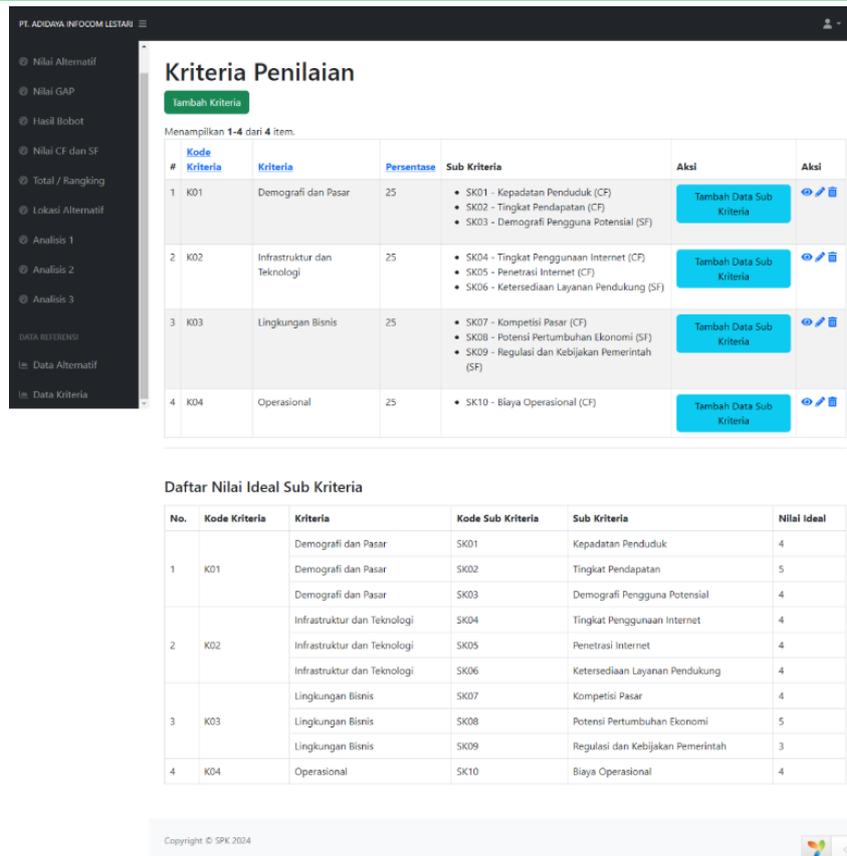
Adapun implementasi dari *system* pendukung keputusan yang telah dikembangkan, termasuk tampilan dan fungsionalitasnya. Tujuan dari bab ini adalah untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang bagaimana aplikasi tersebut bekerja, fitur-fitur yang disediakan, serta bagaimana pengguna dapat berinteraksi dengan aplikasi.

1. Berikut tampilan halaman *home dashboard* yang digunakan sebagai pembuka aplikasi yang di kembangkan.



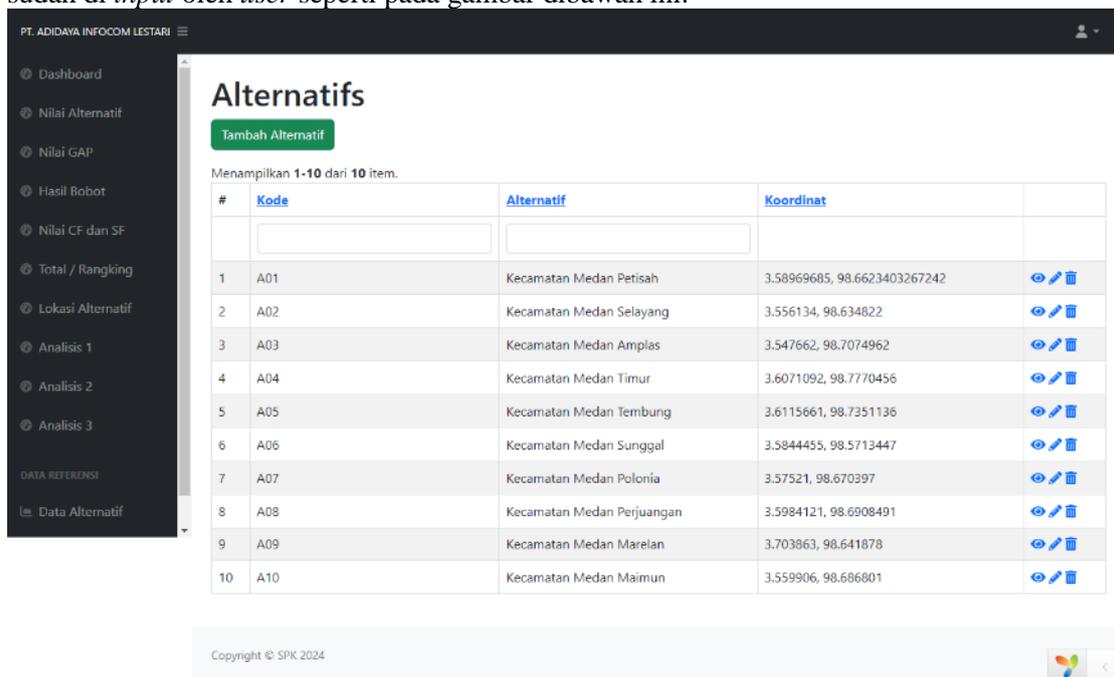
Gambar 2
Halaman home dashboard

2. Berikut tampilan halaman data kriteria yang digunakan sebagai dasar penilaian kategori kriteria seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 3
Halaman data kriteria

3. Berikut tampilan halaman data alternatif yang digunakan untuk menampilkan data alternatif yang sudah di *input* oleh *user* seperti pada gambar dibawah ini.



Gambar 4 Halaman data alternatif

4. berikut tampilan nilai alternatif, yang menampilkan *form input* alternatif yang akan di tambahkan *user* dan menampilkan hasilnya seperti pada gambar dibawah ini.

No	Nama Alternatif	Demografi dan Pasar			Infrastruktur dan Teknologi			Lingkungan Bisnis		Operasional	Aktif	
		SK01	SK02	SK03	SK04	SK05	SK06	SK07	SK08	SK09		SK10
1	Kecamatan Medan Petisah	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	<input type="checkbox"/>
2	Kecamatan Medan Sekelayang	5	4	4	3	2	3	3	2	3	4	<input type="checkbox"/>
3	Kecamatan Medan Amplis	4	4	5	4	3	3	4	4	3	3	<input type="checkbox"/>
4	Kecamatan Medan Timur	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	<input type="checkbox"/>
5	Kecamatan Medan lembung	4	4	4	3	3	3	3	5	3	3	<input type="checkbox"/>
6	Kecamatan Medan Sunggal	4	3	3	2	4	2	4	2	4	3	<input type="checkbox"/>
7	Kecamatan Medan Polonia	5	4	5	3	2	4	3	2	3	4	<input type="checkbox"/>
8	Kecamatan Medan Perjuangan	4	3	4	5	2	4	5	1	3	3	<input type="checkbox"/>
9	Kecamatan Medan Marelan	4	3	4	2	3	4	4	2	3	3	<input type="checkbox"/>
10	Kecamatan Medan Maiman	4	2	4	2	3	4	1	3	2	3	<input type="checkbox"/>

Gambar 8
Form input alternatif

No	Nama Alternatif	Demografi dan Pasar			Infrastruktur dan Teknologi			Lingkungan Bisnis			Operasional
		SK01	SK02	SK03	SK04	SK05	SK06	SK07	SK08	SK09	SK10
1	Kecamatan Medan Petisah	0	-2	-1	-1	0	-1	0	-3	0	-1
2	Kecamatan Medan Selayang	1	-1	0	-1	-2	-1	0	-3	0	0
3	Kecamatan Medan Amplas	0	-1	1	0	-1	-1	1	-1	0	-1
4	Kecamatan Medan Timur	0	-1	1	0	0	-1	1	-1	1	0
5	Kecamatan Medan Tembung	0	-1	0	-1	-1	-1	0	0	0	-1
6	Kecamatan Medan Sunggal	0	-2	-1	-2	0	-2	1	-3	1	-1
7	Kecamatan Medan Polonia	1	-1	1	-1	-2	0	0	-3	0	0
8	Kecamatan Medan Perjuangan	0	-2	0	1	-2	0	2	-4	0	-1
9	Kecamatan Medan Marelan	0	2	0	2	-1	0	1	3	0	1
10	Kecamatan Medan Maimun	0	-3	0	-2	-1	0	-2	-2	-1	-1

Gambar 5 Halaman nilai hasil GAP

5. berikut tampilan halaman nilai bobot, yang menampilkan tabel ketentuan bobot dan menampilkan hasil konversi nilai GAP menjadi bobot dari nilai masing-masing sub kriteria milik setiap alternatif.

No.	Selisih/GAP	Bobot Nilai	Keterangan
1	0	5	Tidak ada selisih (Kepentingan sesuai yang dibutuhkan)
2	1	4,5	Kepentingan kelebihan 1 tingkat/level
3	-1	4	Kepentingan kekurangan 1 tingkat/level
4	2	3,5	Kepentingan kelebihan 2 tingkat/level
5	-2	3	Kepentingan kekurangan 2 tingkat/level
6	3	2,5	Kepentingan kelebihan 3 tingkat/level
7	-3	2	Kepentingan kekurangan 3 tingkat/level
8	4	1,5	Kepentingan kelebihan 4 tingkat/level
9	-4	1	Kepentingan kekurangan 4 tingkat/level

No	Nama Alternatif	Demografi dan Pasar			Infrastruktur dan Teknologi			Lingkungan Bisnis			Operasional
		SK01	SK02	SK03	SK04	SK05	SK06	SK07	SK08	SK09	SK10
1	Kecamatan Medan Petisah	5	3	4	4	5	4	5	2	5	4
2	Kecamatan Medan Selayang	4,5	4	5	4	3	4	5	2	5	5
3	Kecamatan Medan Amplas	5	4	4,5	5	4	4	4,5	4	5	4
4	Kecamatan Medan Timur	5	4	4,5	5	5	4	4,5	4	4,5	5
5	Kecamatan Medan Tembung	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
6	Kecamatan Medan Sunggal	5	3	4	3	5	3	4,5	2	4,5	4
7	Kecamatan Medan Polonia	4,5	4	4,5	4	3	5	5	2	5	5
8	Kecamatan Medan Perjuangan	5	3	5	4,5	5	5	3,5	1	5	4
9	Kecamatan Medan Marelan	5	3	5	3	4	5	4,5	2	5	4
10	Kecamatan Medan Maimun	5	2	5	3	4	5	3	3	4	4

Gambar 6 Halaman bobot profile

6. berikut tampilan nilai total *Core Factor* dan *Secondary Factor*, yang menampilkan hasil rata-rata CF dan SF yang sebelumnya sudah ditetapkan beberapa sub kriteria yang menjadi SF dan CF pada kriterianya masing-masing. Dan menampilkan nilai totalnya seperti pada gambar dibawah ini.

No	Nama Alternatif	Demografi dan Pasar			Infrastruktur dan Teknologi			Lingkungan Bisnis			Operasional		
		CF (SK01, SK02)	SF (SK03)	Total	CF (SK04, SK05)	SF (SK06)	Total	CF (SK07)	SF (SK08, SK09)	Total	CF (SK10)	SF 0	Total
1	Kecamatan Medan Petisah	4	4	4	4.5	4	4.3	5	3.5	4.4	4	0	2.4
2	Kecamatan Medan Selayang	4.25	5	4.55	3.5	4	3.7	5	3.5	4.4	5	0	3
3	Kecamatan Medan Amplas	4.5	4.5	4.5	4.5	4	4.3	4.5	4.5	4.5	4	0	2.4
4	Kecamatan Medan Timur	4.5	4.5	4.5	5	4	4.6	4.5	4.25	4.4	5	0	3
5	Kecamatan Medan Tembung	4.5	5	4.7	4	4	4	5	5	5	4	0	2.4
6	Kecamatan Medan Sunggell	4	4	4	4	3	3.6	4.5	3.25	4	4	0	2.4
7	Kecamatan Medan Polonia	4.25	4.5	4.35	3.5	5	4.1	5	3.5	4.4	5	0	3
8	Kecamatan Medan Perjuangan	4	5	4.4	3.75	5	4.25	3.5	3	3.3	4	0	2.4
9	Kecamatan Medan Maimun	3.5	5	4.1	3.5	5	4.1	3	3.5	3.2	4	0	2.4
10	Kecamatan Medan Marelan	4	5	4.4	3.5	5	4.1	4.5	3.5	4.1	4	0	2.4

Gambar 7 Halaman nilai SF dan CF

7. Berikut tampilan nilai ranking yang dihasilkan dari masing-masing alternatif seperti pada gambar dibawah ini.

Rank	Kode Alternatif	Demografi dan Pasar 25%	Infrastruktur dan Teknologi 25%	Lingkungan Bisnis 25%	Operasional 25%	Hasil Akhir
1	Kecamatan Medan Timur	4.5	4.6	4.4	3	4.125
2	Kecamatan Medan Tembung	4.7	4	5	2.4	4.025
3	Kecamatan Medan Polonia	4.35	4.1	4.4	3	3.9625
4	Kecamatan Medan Amplas	4.5	4.3	4.5	2.4	3.925
5	Kecamatan Medan Selayang	4.55	3.7	4.4	3	3.9125
6	Kecamatan Medan Petisah	4	4.3	4.4	2.4	3.775
7	Kecamatan Medan Marelan	4.4	4.1	4.1	2.4	3.75
8	Kecamatan Medan Perjuangan	4.4	4.25	3.3	2.4	3.5875
9	Kecamatan Medan Sunggal	4	3.6	4	2.4	3.5
10	Kecamatan Medan Maimun	4.1	4.1	3.2	2.4	3.45

Gambar 8 Halaman nilai total

KESIMPULAN

Berdasarkan pada uraian hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, ditemukan bahwa metode Profile Matching efektif dalam membantu PT. Adidaya Infocom Lestari menentukan lokasi pemasaran yang optimal untuk produk layanan internet mereka.
2. Faktor-faktor seperti kepadatan penduduk, tingkat pendapatan, dan tingkat penggunaan internet merupakan kriteria penting dalam penentuan kelayakan lokasi pemasaran.
3. Implementasi Sistem Pendukung Keputusan dengan metode Profile Matching mampu meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam menentukan lokasi pemasaran yang tepat, sehingga dapat memaksimalkan penetrasi pasar dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Kurrota Akyun Siregar, Erwin Setiawan Panjaitan, Sofiana Nurjanah

Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Profile Matching dalam Menentukan Kelayakan Lokasi Pemasaran Produk Layanan Internet pada PT Adidaya Infocom Lestari

Ambarsari, D. A., Suryadi, A., Adiwiharja, C., & Suharyanto, S. (2024). Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Menggunakan Metode Analytic Hierarchy Process. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 8(2), 2091–2096.

Chairrah, F., hadi Kusmanto, T., & Afrizal, T. (2023). Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode Profile Matching dalam Pemilihan Karyawan Terbaik pada Apotek Generik. *JRKT (Jurnal Rekayasa Komputasi Terapan)*, 3(04), 201–209.

Honainah, H., Romelah, S., & Nadhiroh, A. Y. (2020). Penerapan metode profile matching dalam penempatan lokasi praktik kerja lapangan (PKL) mahasiswa berbasis web. *J. Apl. Teknol. Inf. Dan Manaj*, 1(2), 37–46.

Maulina, D., Nugroho, A. A., Hartanti, N. T., & Dewi, M. M. (2022). Penerapan Metode Profile Matching Dalam Pemilihan Makanan Bagi Penderita Hipertensi. *Information System Journal*, 5(2), 24–31.

Nilma, N. (2022). Penerapan Model Software Development Life Cycle Pada Rancang Bangun Sistem Payroll Perusahaan. *Jurnal Publikasi Teknik Informatika*, 1(2), 61–69.

Pamungkas, D. Y. (2017). *Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pembelian Terhadap Layanan Internet Service Provider*.

Ritonga, H. I. (2023). *Sistem Pendukung Keputusan Rekrutmen Karyawan Baru Menggunakan Metode Profile Matching Berbasis Web*. Universitas Negeri Medan.

Santoso, S., Tasya, S. N., & Maulani, A. (2022). Perancangan Perancangan Website E-Commerce Ineed. Id: Perancangan Aplikasi Moana Store Sebagai Sarana Penjualan Hiasan Ruang Rumah. *Jurnal Teknik Informatika*, 14(2), 107–111.

Sharda, R., Delen, D., & Turban, E. (2021). *Analytics, data science, & artificial intelligence: systems for decision support*. Pearson.

Sutinah, E. (2017). Sistem Pendukung Keputusan Menggunakan Metode Profile Matching dalam Pemilihan Salesman Terbaik. *INFORMATICS FOR EDUCATORS AND PROFESSIONAL: Journal of Informatics*, 2(1), 29–42.

Tarigan, S. J. B., Danur, S. R., Ginting, M. B., Nasution, R., Gilang, A., Risky, M., & Prasetyo, W. (2024). Sosialisasi Penggunaan Internet Sehat dan Aman di SMP Taman Siswa Padang Tualang. *Jurnal IPMAS*, 4(2), 121–127.

Wibowo, S., Setiawan, A., puji Purwatiningsih, A., Setijaningsih, R. A., Ashari, A., Lewa, A. H., & Agiwahyunto, F. (2023). Penerapan Metode Profile Matching Untuk Manajemen Evaluasi Tumbuh Kembang Anak. *Jurnal Transformatika*, 21(1), 18–27.

Kurrota Akyun Siregar, Erwin Setiawan Panjaitan, Sofiana Nurjanah

Sistem Pendukung Keputusan Dengan Metode Profile Matching dalam Menentukan Kelayakan Lokasi Pemasaran Produk Layanan Internet pada PT Adidaya Infocom Lestari



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).