

# IMPLEMENTASI WEIGHTED PRODUCT DALAM PENENTUAN PEMENANG GIVEAWAY PADA TOKO BOUTIQUE

Ayudita Puspitasari<sup>1</sup>, Lelah Lelah<sup>2</sup>, Prajoko Prajoko<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Sukabumi, e-mail: [ayudita2266@gmail.com](mailto:ayudita2266@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Sukabumi, e-mail: [lelah@ummi.ac.id](mailto:lelah@ummi.ac.id)

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Sukabumi, e-mail: [prajoko-ti@ummi.ac.id](mailto:prajoko-ti@ummi.ac.id)

---

## ARTICLE INFO

Article history :

Received 23 Jan 2023

Received in revised from April 2023

Accepted Juni 2023

Available online Juli 2023

---

## ABSTRAK

Kegiatan *giveaway* merupakan kegiatan marketing yang dilakukan oleh salah satu *brand* dengan tujuan untuk menarik perhatian pasar, dan memperkenalkan brand secara lebih luas kepada calon pelanggan. Dengan membagikan hadiah kepada pelanggan yang sudah terpilih. Dalam kegiatan ini, muncul beberapa permasalahan yang terjadi yaitu dari admin Toko Boutique Sukabumi merasa tidak objektif karena proses penentuan pemenang *giveaway* hanya melalui aplikasi picker di handphone, dengan begitu pemenang *giveaway* yang muncul tidak memperhatikan kriteria dan persyaratan tertentu. Penentuan melalui aplikasi picker hanya dilakukan pengundian dengan melihat nama yang muncul pertama kali. Pemilihan seperti ini dinilai tidak adil bagi pelanggan yang sudah merasa memenuhi semua kriteria dan persyaratan tetapi tidak memenangkan *giveaway*. Dalam pelaksanaan simulasi penentuan pemenang *giveaway*, dibutuhkan metode yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Metode *weighted product* adalah metode perankingan dimana pengambilan keputusan dengan cara perkalian untuk menghubungkan rating atribut. Proses ini diawali dengan melakukan penginputan data alternatif, kemudian dilanjutkan dengan proses penginputan beberapa kriteria yang sudah dipilih yaitu, jumlah transaksi, kuantitas belanja, total kunjungan, *reseller*. Proses pemilihan ini akan menentukan pemenang *giveaway* secara tepat sasaran dan lebih objektif dengan memperhatikan kriteria dan persyaratan tertentu.

**Kata kunci** : Giveaway, Weighted Product, Boutique Sukabumi, Aplikasi Picker

---

**ABSTRACT**

---

*The giveaway activity is a marketing activity carried out by a brand with the aim of attracting market attention, and introducing the brand more broadly to potential customers. By distributing prizes to selected customers. In this activity, several problems emerged, namely the Sukabumi Boutique Store admin felt that it was not objective because the process of determining the winner of the giveaway was only through the picker application on the cellphone, so that the giveaway winners who appeared did not pay attention to certain criteria and requirements. Determination through the picker application is only done by drawing a lot by looking at the name that appears first. Selection like this is considered unfair for customers who already feel they meet all the criteria and requirements but do not win the giveaway. In the implementation of the simulation of determining the winner of the giveaway, a method is needed that can solve these problems. The weighted product method is a ranking method where decisions are made by multiplying to connect attribute ratings. This process begins with inputting alternative data, then continues with the process of inputting several criteria that have been selected, namely, number of transactions, quantity of shopping, total visits, resellers. This selection process will determine the giveaway winner in a more targeted and more objective manner by taking into account certain criteria and requirements.*

**Keywords:** Giveaway, Weighted Product, Boutique Sukabumi, Picker App

---

**1. PENDAHULUAN**

Teknologi informasi berkembang sangat cepat dan telah membudaya pada masyarakat dunia khususnya masyarakat Indonesia. Pengertian teknologi informasi sendiri yaitu rekayasa manusia yang fungsinya mengirim dan menerima informasi dengan lebih cepat, kemudian luas penyebarannya, dan penyimpanannya yang lama. Pada saat ini jual beli dilakukan secara online dan membutuhkan internet, karena dapat mempermudah dan mempercepat proses transaksi dengan aman, dan nyaman. Namun, sekarang sudah banyak toko yang mulai beralih ke bisnis online sehingga persaingan semakin tinggi. Toko Boutique Sukabumi harus lebih banyak berinovasi, agar lebih menarik pelanggan. Oleh karena itu, muncul beberapa opsi menarik pelanggan yang salah satunya adalah dilakukan kegiatan *giveaway*.

Kegiatan *giveaway* merupakan kegiatan marketing yang dilakukan oleh salah satu *brand* dengan tujuan untuk menarik perhatian pasar, dan memperkenalkan brand secara lebih luas kepada calon pelanggan. Dengan membagikan hadiah kepada pelanggan yang sudah terpilih. Dalam kegiatan ini, muncul beberapa permasalahan yang terjadi yaitu dari admin Toko Boutique Sukabumi merasa tidak objektif karena proses penentuan pemenang *giveaway* hanya melalui aplikasi picker di handphone, dengan begitu pemenang *giveaway* yang muncul tidak memperhatikan kriteria dan persyaratan tertentu. Dalam pelaksanaan simulasi penentuan pemenang *giveaway*, dibutuhkan metode yang dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Dalam penyelenggaraannya, Toko Boutique Sukabumi mengumumkan kriteria dan persyaratan untuk mengikuti kegiatan *giveaway*. Dalam hal ini akan diperhitungkan oleh metode *weighted product*. Metode *weighted product* adalah metode perankingan dimana cara perhitungannya menggunakan perkalian berkala. Cara perhitungan diawali dengan melakukan penginputan data alternatif yang ditentukan, setelah itu proses penginputan beberapa kriteria yang sudah dipilih yaitu, jumlah transaksi, kuantitas belanja, total kunjungan, dan *reseller*.

**2. TINJAUAN PUSTAKA****2.1 Sistem Pendukung Keputusan**

Sistem pendukung keputusan adalah suatu sistem yang sering digunakan untuk membantu pihak tertentu dalam menangani permasalahan penentuan perankingan dimana pendekatan untuk

menghasilkan berbagai alternatif keputusan. [1]

## 2.2 Kegiatan Giveaway

Kegiatan giveaway merupakan kegiatan marketing yang dilakukan oleh salah satu *brand* dengan tujuan untuk menarik perhatian pasar, dan memperkenalkan brand secara lebih luas kepada calon pelanggan. Kegiatan ini adalah salah satu cara jitu untuk mendapatkan keuntungan lebih bagi pemilik bisnis online. [2]

## 2.3 Weighted Product

*Weighted product* merupakan metode perankingan dimana pengambilan keputusan dengan cara perkalian untuk menghubungkan rating atribut, rating dari masing-masing atribut akan dipangkatkan dengan bobot dari atribut yang bersangkutan. Proses perankingan dilakukan dengan memberikan pembobotan pada masing-masing kriteria disetiap alternatif. Hasil perankingan ini nantinya akan digunakan untuk dasar penentuan pemenang *giveaway*. [3]

## 3 METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, penentuan pemenang giveaway menggunakan metode *weighted product*. Metode ini menggunakan perkalian sebagai metode yang utama yaitu penghubung antara rating atribut, dimana setiap rating atribut harus dipangkatkan terlebih dahulu dengan bobot yang sudah ditentukan. Metode *weighted product* dapat membantu menyelesaikan permasalahan yaitu menentukan pemenang giveaway secara efektif dan objektif. Melalui beberapa kriteria yang sudah ditentukan yaitu, jumlah transaksi, besaran transaksi, kuantitas belanja, loyalitas kunjungan, dan reseller.

### 3.1 Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, yang dibutuhkan dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan pemilik Toko Boutique Sukabumi sehingga didapatkanlah sebuah data seperti nama barang, jumlah barang, harga barang, barang yang paling banyak diminati, data pelanggan, jumlah pelanggan yang mengikuti *giveaway*, data pelanggan untuk dimasukkan ke matriks perbandingan, dan lain-lain.

### 3.2 Langkah – langkah Metode Weighted Product

*Weighted product* merupakan metode perankingan dimana pengambilan keputusan dengan cara perkalian untuk menghubungkan rating atribut, rating dari masing-masing atribut akan dipangkatkan dengan bobot dari atribut yang bersangkutan.

Proses perankingan dilakukan dengan memberikan pembobotan pada masing-masing kriteria disetiap alternatif. Hasil perankingan ini nantinya akan digunakan untuk dasar penentuan pemenang giveaway.

1. Menentukan kriteria dan bobot masing – masing kriteria
2. Menentukan rating kecocokan disetiap kriteria
3. Melakukan normalisasi atau perbaikan bobot dengan rumus:

$$W_j = \frac{w_j}{\sum w_j}$$

4. Melakukan normalisasi atau perbaikan bobot dapat menghasilkan nilai  $W_j = 1$
5. Membuat matriks perbandingan alternatif dan kriteria
6. Menentukan nilai vektor (S) dengan rumus:

$$S_i = \prod_{j=1}^n x_{ij}^{w_j} \quad \text{dengan } i = 1, 2, \dots, m$$

7. Perhitungan nilai vektor S dengan mengalikan seluruh kriteria dengan alternatif yang dihasilkan dari normalisasi atau perbaikan bobot yang memiliki pangkat positif untuk atribut keuntungan

(benefit) dan yang yang memiliki pangkat negatif untuk atribut biaya (cost).

Keterangan:

$S_i$  : Nilai dari setiap alternatif

$X$  : Nilai kriteria

$W$  : Bobot kriteria

$j$  : Kriteria

$n$  : Banyaknya kriteria

$\sum W_j = 1$ .  $W_j$  adalah pangkat memiliki nilai positif untuk atribut keuntungan dan memiliki nilai negatif untuk atribut biaya.

8. Menentukan Nilai Preferensi Relatif ( $V$ ) dengan  $l = 1, 2, \dots, m$
9. Setelah mendapatkan nilai vektor ( $S$ ) akan dijadikan dasar untuk mendapatkan nilai preferensi, nilai preferensi akan dijadikan dasar untuk menentukan alternatif mana yang terpilih, yang paling besar itulah yang terpilih.
10. Meranking Alternatif
11. Menentukan ranking berdasarkan preferensi, dimana nilai yang tertinggi ialah ranking 1.

## 4 PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Data

Pada penelitian ini data yang digunakan dalam penelitian diperoleh dari Toko Boutique Sukabuumi. Adapun kebutuhan data yang didapat kemudian dihitung dengan menggunakan metode *weighted product*.

Tabel Data Barang

No.	Kriteria	Kriteria Pelanggan	Jumlah Barang
1.	Kuantitas Belanja	Inner Hijab 1 warna	4
2.		Inner Hijab 2 warna	5
3.		Inner Leher	3
4.		Manset baju	6
5.		Manset tangan	6
6.		Kiara Scarf	10
7.		Mukena Piola	11
8.		Gamis Maynee set	6
9.		Lily Skirt	7
10.		Veve Skirt	6
11.		Zevanya Scarf	4
12.		Laila Scarf	4
13.		Ameena Scarf	5
14.		Gamis Zilainy set	11
15.		Mukena Zayla	13
16.		Mukena Lucy	12
17.		Gamis Leera set	9
18.		Gamis Zainab set	8
19.		Boody Skirt	5
20.		Vanya Skirt	8
21.		Moola Scarf	10
22.		Gamis Naura set	11
23.		Gamis Kevana set	16
24.		Mukena Zaira	14
25.		Gamis Jyra set	12

#### 4.2 Perhitungan

Perhitungan penentuan pemenang *giveaway* menggunakan metode *weighted product* yang pengerjaannya menggunakan Microsoft Office Excel. Seperti yang sudah dijelaskan pada studi pustaka metode *weighted product* adalah dengan langkah sebagai berikut:

##### 1. Menentukan Kriteria

Menentukan kriteria dan bobot kriteria dilakukan untuk dijadikan pegangan dalam mengambil keputusan.

Tabel Nilai Kriteria

No.	Nama Kriteria	Kode
1.	Jumlah Transaksi	C1
2.	Besaran Transaksi	C2
3.	Kuantitas Belanja	C3
4.	Metode Pembayaran	C4
5.	Reseller	C5

##### 2. Menentukan Ranting Kecocokan Disetiap Kriteria

Ranting kecocokan pada alternatif disetiap kriteria dapat dinilai dari nilai bobot 1 sampai nilai bobot 4 yaitu:

Tabel Ranting Kecocokan

No.	Tingkatan Kepentingan Kriteria	Bobot
1.	Tidak Penting	1
2.	Cukup Penting	2
3.	Penting	3
4.	Sangat Penting	4

Dari tabel diatas merupakan tabel ranting kecocokan yang mempunyai nilai 1 yaitu paling rendah dan nilai 4 yaitu paling tinggi.

Tabel Pembobotan Kriteria

No.	Kriteria	Nama Kriteria	Nilai Atribut	Nilai Bobot
1.	C1	Jumlah Transaksi	Benefit	4
2.	C2	Besaran Transaksi	Benefit	3
3.	C3	Kuantitas Belanja	Benefit	3
4.	C4	Metode Pembayaran	Cost	2
5.	C5	Reseller	Cost	2
Total				14

##### 3. Menentukan Bobot Setiap Kriteria

Dari nilai bobot kriteria pada tabel pembobotan kriteria, dibuatkan tingkatan kriteria berdasarkan setiap alternatif yang sudah ditentukan kedalam nilai. Penentuan bobot pada setiap kriteria seperti pada tabel berikut:

Tabel Bobot Jumlah Transaksi

No.	Kriteria	Kriteria Pelanggan	Bobot
1.	Jumlah Transaksi	$\leq 3$	1
2.		4 – 7	2
3.		8 – 10	3
4.		$\geq 11$	4

Tabel Bobot Besaran Transaksi

No.	Kriteria	Kriteria Pelanggan	Bobot
1.	Besaran Transaksi	$\leq 149.000$	1
2.		150.000 – 299.000	2
3.		300.000 – 499.000	3
4.		$\geq 500.000$	4

Tabel Bobot Kuantitas Belanja

No.	Kriteria	Kriteria Pelanggan	Bobot
1.	Kuantitas Belanja	Inner Hijab 1 warna	1
2.		Inner Hijab 2 warna	1
3.		Kiara Scarf	2
4.		Mukena Piola	2
5.		Zevanya Scarf	3
6.		Laila Scarf	3
7.		Gamis Zainab set	4
8.		Boody Skirt	4
9.		Vanya Skirt	4

Tabel diatas merupakan kriteria barang pada Toko Boutique Sukabumi yang digunakan untuk penilaian, penilaian yang dilakukan ditentukan dari hasil penjualan yang untungnya lebih besar dan paling laku.

Tabel Bobot Metode Pembayaran

No.	Kriteria	Kriteria Pelanggan	Bobot
1.	Metode Pembayaran	Pay Later	1
2.		Bayar di tempat (kurir)	2
3.		Cash at Offline Store	3
4.		Transfer	4

Tabel Bobot Reseller

No.	Kriteria	Kriteria Pelanggan	Bobot
1.	Reseller	Ya	2
2.		Tidak	1

Tabel Alternatif yang digunakan

No.	Alternatif	Nama Pelanggan
1.	A1	Mutiara Kusuma
2.	A2	Salsabila Putri
3.	A3	Zahra Firlan
4.	A4	Aludra Rumaisha
5.	A5	Putri Nadia

#### 4. Melakukan Normalisasi Bobot

Tabel Normalisasi Bobot

Kriteria	C1	C2	C3	C4	C5	$\Sigma w_j$
Bobot Kepentingan	0.285714	0.214286	0.214286	0.142857	0.142857	1

Tabel diatas merupakan normalisasi nilai bobot yang dihitung berdasarkan nilai bobot pada masing – masing kriteria. Dengan cara nilai bobot pada kriteria C1 dibagi dengan total bobot keseluruhan pada kriteria, dan menghasilkan 0.285714 begitupun sampai keriteria C5. Kemudian setelah dinormalisasikan semua kriteria, dan dijumlahkan hasilnya harus 1.

#### 5. Membuat Matriks Perbandingan Alternatif dan Kriteria

Tabel Matriks Perbandingan

No.	Alternatif/Kriteria	C1	C2	C3	C4	C5
1.	A1	2	4	2	2	1
2.	A2	1	4	2	2	2
3.	A3	3	1	3	3	2
4.	A4	4	3	1	1	1

5.	A5	2	2	4	2	2
----	----	---	---	---	---	---

Tabel diatas diisi sesuai dengan data pelanggan yang sudah mengikuti persyaratan tertentu.

#### 6. Menentukan Nilai Vektor (s)

Cara menghitung nilai vektor S dengan mengalikan setiap kriteria dengan alternatif yang memiliki pangkat positif untuk atribut keuntungan (*benefit*) dan yang memiliki pangkat negatif untuk atribut biaya (*cost*).

Tabel Hasil Perkalian *Cost/Benefit*

No.	Hasil Perkalian Pangkat				
1.	C1	C2	C3	C4	C5
2.	0.285714286	0.214286	0.214286	-0.142857	-0.142857

Cara menghitung perkalian cost/benefit yaitu kriteria yang sudah dinormalisasi pada tabel diatas kemudian dikalikan dengan -1 jika atribut *cost* dan dikalikan dengan 1 jika atribut *benefit*.

Tabel Menentukan Nilai Vektor (s)

No.	Alternatif	Nilai vektor (s)
1.	A1	1.723945642
2.	A2	1.28088669
3.	A3	1.340899297
4.	A4	1.880431031
5.	A5	1.561418364

Cara menentukan nilai vektor (S) yaitu pertama meningkatkan hasil matriks perbandingan alternatif A1 pada kriteria C1 pada tabel Matriks Perbandingan dengan hasil perkalian cost/benefit pada kriteria C1 tabel hasil perkalian *cost/benefit*, kemudian dikalikan dengan nilai alternatif A1 pada kriteria C2 dan dipangkatkan lagi dengan hasil perkalian cost/benefit pada kriteria C2 tabel hasil perkalian *cost/benefit* seterusnya sampai kriteria A5.

#### 7. Menentukan Nilai Vektor (v)

Setelah mendapatkan nilai vektor (S) akan dijadikan dasar untuk mendapatkan nilai preferensi, nilai preferensi akan dijadikan dasar untuk menentukan alternatif mana yang terpilih, yang paling besar itulah yang terpilih.

Tabel Nilai Preferensi Relatif (v)

No.	Alternatif	Nilai Preferensi Relatif (v)
1.	A1	0.073545414
2.	A2	0.054644032
3.	A3	0.057204236
4.	A4	0.080221252
5.	A5	0.066611822

Cara menghitung nilai preferensi relatif (V) yaitu dengan membagi hasil vektor (S) pada setiap kriteria dengan jumlah vektor (S) pada semua kriteria yang berada pada tabel nilai vektor (s).

#### 8. Menentukan Perankingan

Tabel Perankingan

No.	Alternatif	Nilai Preferensi Relatif (v)	Perankingan
1.	A1	0.073545414	2
2.	A2	0.054644032	5
3.	A3	0.057204236	4
4.	A4	0.080221252	1
5.	A5	0.066611822	3

Dari hasil perankingan dapat diketahui jika A4 (Aludra Rumaisha) adalah nilai yang tertinggi yang terpilih sebagai pemenang *giveaway*.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Setelah diimplementasikan menggunakan metode *weighted product* dapat menentukan pemenang *giveaway* dengan efektif, melalui beberapa persyaratan dan kriteria yang sudah ditentukan.
2. Sistem membantu Toko Boutique Sukabumi dalam menentukan pemenang *giveaway* dan mengurangi kekeliruan yang terjadi, karena pelanggan yang terpilih adalah nilai akhir alternatif yang paling tinggi.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. Jayantara, Z. Ahmad, and A. Mpg, "PEMBELIAN SEPEDA MOTOR DENGAN METODE WEIGHTED PRODUCT."
- [2] L. Mardhiyyah, A. Sabari, and G. P. Hartawan, "IMPLEMENTASI METODE FUZZY MAMDANI DALAM SIMULASI PENENTUAN PEMENANG GIVEAWAY DI AKUN ONLINE SHOP INSTAGRAM," vol. 10, no. 1, pp. 73–83, 2020.
- [3] D. Apriliani, S. Wiyono, and S. Mahardhika, "Penerapan Metode Weighted Product Untuk Sistem Pendukung Keputusan Penerima Beasiswa Politeknik Harapan Bersama Tegal," vol. 03, no. 02, pp. 136–142, 2018.