

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Implementasi**

Tahap Implementasi adalah menerapkan hasil rancangan yang telah ditetapkan menjadi sebuah website yaitu Sistem Analisis Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Berbasis Web. Dengan data yang sudah dimiliki dan di input kedalam sistem berikutnya data akan diproses yang kemudian hasilnya akan kembali di olah untuk menjadi grafik. Maka berikut adalah penjelasan hasil dari implementasi. Hasil Website akan dijelaskan dalam bentuk tampilan website yang dijalankan sebagai berikut.

##### **4.1.1 Halaman Home**

Pada halaman home merupakan tampilan halaman awal website, siapa pun dapat mengakses halaman ini tanpa melakukan login atau registrasi, pada halaman ini juga disampaikan kata pengantar mengenai pengertian promosi

##### **4.1.2 Halaman Strategi**

Halaman Strategi

Pada halaman ini merupakan halaman yang digunakan untuk mencatat macam macam jenis strategi promosi, strategi yang dicatat pada halaman ini adalah pembagian berdasarkan jenisnya, analis dan staff dapat menambah dan juga mengurangi jenis jenis strategi sesuai kebutuhan analisa.

##### **4.1.3 Halaman Data Promosi**

Halaman Data Promosi

Pada halaman ini merupakan halaman untuk mencatat data promosi. berbeda dengan halaman strategi, halaman data promosi mencatat semua data promosi dari berbagai jenis strategi promosi. Analis dan staff juga dapat merubah daftar dari data promosi sesuai dengan kebutuhan

##### **4.1.4 Halaman Perbandingan Strategi**

Halaman Perbandingan Strategi

Pada halaman Perbandingan Strategi ini berisi catatan berbagai macam strategi promosi yang sudah tercatat, pada halaman ini dilakukan proses perbandingan menggunakan metode AHP

#### 4.1.5 Halaman Perbandingan Data

Halaman Perbandingan Data

Pada halaman ini berisi catatan berbagai macam data promosi yang sudah tercatat, pada halaman ini dilakukan proses perbandingan menggunakan metode AHP

#### 4.1.6 Halaman Hasil

Halaman Hasil

Pada halaman ini berisi detail hasil perhitungan dengan metode AHP mengenai jenis strategi dan berbagai macam jenis promosi yang dilakukan

### 4.2 Pembahasan

Pengujian dilakukan untuk melihat apakah yang diimplementasikan telah sesuai dengan spesifikasi kebutuhan, pada bagian perancangan, uji coba akan dijelaskan dibawah ini

#### 4.2.1 Pengujian Home

Staff dan analis yang ingin melakukan analisa dapat membuka link ini dan apabila link berjalan dengan lancar dan halaman home berhasil ditampilkan maka website dapat digunakan



**Gambar 4.2.1 Tabel Perbandingan Strategi**

#### 4.2.2 Pengujian Halaman Promosi

Jika analis dan staff melakukan input jenis promosi, atau pun menghapus data yang sudah tidak diperlukan, secara otomatis ditampilkan ataupun dihilangkan pada halaman promosi, maka halaman promosi berjalan dengan baik

No	Nama Strategi		
1	FISIK	EDIT	DELETE
2	MEDIA TRADISIONAL	EDIT	DELETE
3	MEDIA DIGITAL	EDIT	DELETE

+ Tambah

Lanjut →

**Gambar 4.2.2 Tabel Halaman Promosi**

Pada gambar diatas menunjukkan input jenis promosi secara keseluruhan untuk nantinya akan di proses dalam menentukan efisiensi media promosi secara meluruh. Sementara untuk menentukan media yang paling efisien pada masing masing jenis promosi maka akan dilakukan secara terpisah karena pada program ini belum dapat melakukan pembagian secara otomatis

No	Nama Strategi		
1	FISIK	EDIT	DELETE

+ Tambah

Lanjut →

**Gambar 4.2.3 Tabel Halaman Promosi Media Fisik**

Pada gambar diatas menunjukkan input jenis promosi pada salah satu jenis promosi yaitu jenis fisik. Yang nantinya pada halaman data strategi berisikan strategi-strategi promosi jenis fisik yang terdiri dari beberapa cara.



**Gambar 4.2.4 Tabel Halaman Promosi Media Tradisional**

Pada gambar diatas menunjukkan input jenis promosi pada salah satu jenis promosi yaitu jenis media tradisional. Yang nantinya pada halaman data strategi berisikan strategi-strategi promosi jenis media tradisional yang terdiri dari beberapa cara.



**Gambar 4.2.5 Tabel Halaman Promosi Media Digital**

Pada gambar diatas menunjukkan input jenis promosi pada salah satu jenis promosi yaitu jenis media digital. Yang nantinya pada halaman data strategi berisikan strategi-strategi promosi jenis media digital yang terdiri dari beberapa cara.

### 4.2.3 Pengujian Halaman Data Strategi

Jika analis dan staff melakukan input data strategi, ataupun menghapus data yang sudah tidak diperlukan, secara otomatis ditampilkan ataupun dihilangkan pada halaman data strategi, maka halaman promosi berjalan

dengan baik, pada tahap pengujian dalam sistem ini, ada beberapa data media secara keseluruhan yang terdapat dalam tiga strategi promosi yang berbeda. Media media inilah yang nantinya akan diakumulasi untuk menemukan media apa yang paling efektif dan efisien, sesuai dengan yang sudah dijelaskan sebelumnya, apabila salah satu dari media yang sudah tercantum tidak lagi digunakan maka media tersebut dapat dihapus agar tidak mengganggu proses akumulasi media media promosi yang masih digunakan dan berjalan. Sebaliknya apabila terdapat media baru yang digunakan, maka data dari media tersebut dapat ditambahkan kedalam halaman data promosi, agar hasil dari media tersebut dapat disertakan dalam penghitungan hasil dan menjadi opsi dalam proses penunjang keputusan.

No	Nama Promosi	EDIT	DELETE
1	sosialisasi	EDIT	DELETE
2	roadshow	EDIT	DELETE
3	brosur	EDIT	DELETE
4	koran	EDIT	DELETE
5	majalah	EDIT	DELETE
6	banner	EDIT	DELETE
7	Instagram	EDIT	DELETE
8	facebook	EDIT	DELETE

**Gambar 4.2.6 Tabel Halaman Data Strategi**

Pada gambar diatas menunjukkan input data strategi promosi secara keseluruhan dari tiga jenis, yaitu fisik, media tradisional, dan media digital. Dengan menggabungkan seluruh data strategi dari tiga jenis promosi akan mempersingkat waktu dalam mengakumulasi hasil perhitungan dalam menentukan strategi yang paling efisien, namun hasilnya kurang akurat karena jumlah data strategi pada setiap jenis promosi berbeda dan menyebabkan rumus kalkulasi menjadi tidak seimbang. Sementara untuk menentukan strategi yang paling efisien pada setiap jenis media dan keseluruhan data strategi maka akan dilakukan secara terpisah sesuai dengan jenis promosi karena pada program ini belum dapat melakukan pembagian secara otomatis

The screenshot shows a web application interface for 'Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)'. On the left is a dark sidebar menu with options: Home, Strategi (1), Data (2), Perbandingan Strategi, Perbandingan Data, FISIK, Hasil, and Grafik. The main content area is titled 'Data Promosi' and contains a table with the following data:

No	Nama Promosi	
1	sosialisasi	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">DELETE</a>
2	roadshow	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">DELETE</a>
		<a href="#">+ Tambah</a>

Below the table is a 'Lanjut' button with a right-pointing arrow.

**Gambar 4.2.7 Tabel Halaman Data Strategi Media Fisik**

Pada gambar diatas menunjukkan input data strategi promosi pada salah satu jenis promosi yaitu jenis fisik. Sebelum menentukan data strategi promosi berisikan dengan data strategi fisik, pada halaman strategi pastikan hanya ada satu input jenis promosi yaitu jenis media fisik. Dengan hanya memasukan satu jenis promosi pada tabel halaman strategi dan memasukan data strategi yang sesuai pada halaman data, maka rumus akumulasi akan secara otomatis difokuskan menghitung

Pada satu jenis promosi yaitu, jenis media fisik.

The screenshot shows the same web application interface as Gambar 4.2.7, but with the 'MEDIA DIGITAL' option selected in the sidebar menu. The 'Data Promosi' table now contains the following data:

No	Nama Promosi	
1	brosur	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">DELETE</a>
2	banner	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">DELETE</a>
3	majalah	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">DELETE</a>
4	koran	<a href="#">EDIT</a> <a href="#">DELETE</a>
		<a href="#">+ Tambah</a>

Below the table is a 'Lanjut' button with a right-pointing arrow.

**Gambar 4.2.8 Tabel Halaman Data Strategi Media Tradisional**

Pada gambar diatas menunjukkan input data strategi promosi pada salah satu jenis promosi yaitu jenis media tradisional. Sebelum menentukan data strategi promosi berisikan dengan data strategi media tradisional, pada halaman strategi pastikan hanya ada satu input jenis promosi yaitu jenis media tradisional. Dengan hanya memasukan satu jenis promosi pada tabel

halaman strategi dan memasukan data strategi yang sesuai pada halaman data, maka rumus akumulasi akan secara otomatis difokuskan menghitung pada satu jenis promosi yaitu, jenis media tradisional.

No	Nama Promosi		
1	Instagram	EDIT	DELETE
2	facebook	EDIT	DELETE
3	twitter	EDIT	DELETE
4	youtube	EDIT	DELETE

**Gambar 4.2.9 Tabel Halaman Data Strategi Media Digital**

Pada gambar diatas menunjukkan input data strategi promosi pada salah satu jenis promosi yaitu jenis digital. Sebelum menentukan data strategi promosi berisikan dengan data strategi media digital, pada halaman strategi pastikan hanya ada satu input jenis promosi yaitu jenis media digital. Dengan hanya memasukan satu jenis promosi pada tabel halaman strategi dan memasukan data strategi yang sesuai pada halaman data, maka rumus akumulasi akan secara otomatis difokuskan menghitung pada satu jenis promosi yaitu, jenis media digital.

#### **4.2.4 Pengujian Perbandingan Strategi**

Ketika analis dan staff telah melakukan input jenis strategi maka pada tahap berikutnya secara otomatis akan menampilkan tabel hasil perbandingan setelah di submit. Tabel tersebut berupa tabel matriks perbandingan berpasangan dan tabel matriks nilai kriteria, seperti pada gambar 4.2.10

pilih yang lebih penting		nilai perbandingan
<input checked="" type="radio"/> FISIK	<input type="radio"/> MEDIA TRADISIONAL	0
<input checked="" type="radio"/> FISIK	<input type="radio"/> MEDIA DIGITAL	0
<input checked="" type="radio"/> MEDIA TRADISIONAL	<input type="radio"/> MEDIA DIGITAL	0

Ga

#### ambar 4.2.10 Tabel Perbandingan Strategi

### 4.2.5 Pengujian Perbandingan Data

Setelah analisis dan staff telah melakukan input data promosi maka pada tahap berikutnya secara otomatis akan menampilkan tabel hasil perbandingan setelah di submit. Tabel tersebut berupa tabel matriks perbandingan berpasangan dan tabel matriks nilai kriteria, seperti pada gambar 4.2.11

pilih yang lebih penting		nilai perbandingan
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> roadshow	1
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> brosur	1
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> koran	1
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> majalah	1
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> banner	1
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> Instagram	1
<input checked="" type="radio"/> sosialisasi	<input type="radio"/> facebook	1

Gambar 4.2.11 Tabel Perbandingan Data

Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)				
Home				
Strategi	1			
Data	2			
Perbandingan Strategi				
Perbandingan Data				
FISIK				
Hasil				
Grafik				

  

Matriks Perbandingan Berpasangan		
Kriteria	roadshow	sosialisasi
roadshow	1	1
sosialisasi	1	1
Jumlah	2	2

  

Matriks Nilai Kriteria				
Kriteria	roadshow	sosialisasi	Jumlah	Priority Vector
roadshow	0.5	0.5	1	0.5
sosialisasi	0.5	0.5	1	0.5
Principe Eigen Vector ( $\lambda$ maks)				2
Consistency Index				0
Consistency Ratio				0%

**Gambar 4.2.12 Tabel Perbandingan Data Media Fisik**

Pada gambar diatas menunjukkan perbandingan pada setiap data strategi promosi pada jenis promosi media fisik. Pada tabel ini hanya menunjukkan data strategi pada jenis strategi media fisik, hal ini dikarenakan input strategi dan data hanya menyertakan jenis promosi media fisik, begitu juga dengan data strateginya. Artinya hasil akumulasi yang ditampilkan oleh tabel hanya terfokus pada satu jenis media, yaitu media fisik.

Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)						
Home						
Strategi	1					
Data	4					
Perbandingan Strategi						
Perbandingan Data						
MEDIA TRADISIONAL						
Hasil						
Grafik						

  

Matriks Perbandingan Berpasangan				
Kriteria	brosur	banner	majalah	koran
brosur	1	5	7	9
banner	0.2	1	7	5
majalah	0.14286	0.14286	1	5
koran	0.11111	0.2	0.2	1
Jumlah	1.45397	6.34286	15.2	20

  

Matriks Nilai Kriteria						
Kriteria	brosur	banner	majalah	koran	Jumlah	Priority Vector
brosur	0.68777	0.78829	0.46053	0.45	2.38659	0.59665
banner	0.13755	0.15766	0.46053	0.25	1.00574	0.25143

**Gambar 4.2.13 Tabel Perbandingan Data Media Tradisional**

Pada gambar diatas menunjukkan perbandingan pada setiap data strategi promosi pada jenis promosi media tradisional. Pada tabel ini hanya menunjukkan data strategi pada jenis strategi media tradisional, hal ini

dikarenakan input strategi dan data hanya menyertakan jenis promosi media tradisional, begitu juga dengan data strateginya. Artinya hasil akumulasi yang ditampilkan oleh tabel hanya terfokus pada satu jenis media, yaitu media tradisional.

**Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)**

- Home
- Strategi 1
- Data 4
- Perbandingan Strategi
- Perbandingan Data
- MEDIA DIGITAL
- Hasil
- Grafik

**Matriks Perbandingan Berpasangan**

Kriteria	Instagram	facebook	twitter	youtube
Instagram	1	7	5	3
facebook	0.14286	1	5	3
twitter	0.2	0.2	1	3
youtube	0.33333	0.33333	0.33333	1
Jumlah	1.67619	8.53333	11.33333	10

**Matriks Nilai Kriteria**

Kriteria	Instagram	facebook	twitter	youtube	Jumlah	Priority Vector
Instagram	0.59659	0.82031	0.44118	0.3	2.15808	0.53952
facebook	0.08523	0.11719	0.44118	0.3	0.94359	0.2359

**Gambar 4.2.14 Tabel Perbandingan Data Media Digital**

Pada gambar diatas menunjukkan perbandingan pada setiap data strategi promosi pada jenis promosi media digital. Pada tabel ini hanya menunjukkan data strategi pada jenis strategi media digital, hal ini dikarenakan input strategi dan data hanya menyertakan jenis promosi media digital, begitu juga dengan data strateginya. Artinya hasil akumulasi yang ditampilkan oleh tabel hanya terfokus pada satu jenis media, yaitu media digital.

## 4.2.6 Pengujian Hasil

**Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)**

**Hasil Perhitungan**

Overall Composite Height	Priority Vector (rata-rata)	roadshow	sosialisasi
FISIK	1	0.75	0.25
Total		0.75	0.25

**Perangkingan**

Peringkat	Alternatif	Nilai
Pertama	roadshow	0.75
2	sosialisasi	0.25

**Gambar 4.2.15 Hasil Media Fisik**

Pada tabel ini hasil perhitungan dan perbandingan data strategi pada jenis promosi media fisik, hasil ini didapat dari input perbandingan yang dilakukan pada halaman strategi dan data. Pada gambar 4.2.14 adalah hasil dari input strategi media fisik dan input data strategi media fisik. Hasil tersebut merupakan output dari akumulasi menggunakan sistem AHP.

**Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)**

**Hasil Perhitungan**

Overall Composite Height	Priority Vector (rata-rata)	brosur	banner	majalah	koran
MEDIA TRADISIONAL	1	0.59665	0.25144	0.10914	0.04278
Total		0.59665	0.25144	0.10914	0.04278

**Perangkingan**

Peringkat	Alternatif	Nilai
Pertama	brosur	0.596647
2	banner	0.251435
3	majalah	0.109141
4	koran	0.0427772

**Gambar 4.2.16 Hasil Media Tradisional**

Pada tabel ini hasil perhitungan dan perbandingan data strategi pada jenis promosi media tradisional, hasil ini didapat dari input perbandingan yang

dilakukan pada halaman strategi dan data. Pada gambar 4.2.15 adalah hasil dari input strategi media tradisional dan input data strategi media tradisional. Hasil tersebut merupakan output dari akumulasi menggunakan sistem AHP.

**Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB)**

**Hasil Perhitungan**

Overall Composite Height	Priority Vector (rata-rata)	Instagram	facebook	twitter	youtube
MEDIA DIGITAL	1	0.53952	0.2359	0.13275	0.09183
Total		0.53952	0.2359	0.13275	0.09183

**Perangkingan**

Peringkat	Alternatif	Nilai
Pertama	Instagram	0.53952
2	facebook	0.235898
3	twitter	0.132748
4	youtube	0.0918345

**Gambar 4.2.17 Hasil Media Digital**

Pada tabel ini hasil perhitungan dan perbandingan data strategi pada jenis promosi media digital, hasil ini didapat dari input perbandingan yang dilakukan pada halaman strategi dan data. Pada gambar 4.2.16 adalah hasil dari input strategi media digital dan input data strategi media digital. Hasil tersebut merupakan output dari akumulasi menggunakan sistem AHP.

Setelah semua perhitungan dan perbandingan jenis jenis strategi dan data promosi telah selesai, maka pada halaman hasil akan secara otomatis menampilkan tabel hasil dari analisa menggunakan metode AHP. Tabel yang ditampilkan adalah tabel hasil perhitungan dan perankingan, seperti pada gambar 4.2.17

### Perangkingan

Peringkat	Alternatif	Nilai
Pertama	sosialisasi	0.149197
2	roadshow	0.129893
3	Instagram	0.105984
4	banner	0.0911761
5	majalah	0.0618578
6	koran	0.057397
7	brosur	0.0568267
8	facebook	0.0485364
9	youtube	0.0439515
10	twitter	0.0340164

### Hasil Perhitungan

Overall Composite Height	Priority Vector (rata-rata)	sosialisasi	roadshow	brosur	koran	majalah	banner	Instagram	facebook	twitter	youtube
FISIK	0.72733	0.19805	0.17151	0.07105	0.07183	0.07797	0.11828	0.13864	0.05965	0.03969	0.05335
MEDIA TRADISIONAL	0.22117	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
MEDIA DIGITAL	0.05151	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
Total		0.1492	0.12989	0.05683	0.0574	0.06186	0.09118	0.10598	0.04854	0.03402	0.04395

**Gambar 4.2.18 Tabel Hasil**

Pada tabel ini menampilkan hasil dari keseluruhan 3 jenis promosi, tidak seperti tabel sebelumnya yang menampilkan masing masing jenis mulai dari media fisik, tradisional, dan digital. Pada gambar 4.2.17 kita dapat melihat keseluruhan hasil dan ranking dari semua data strategi promosi.

### 4.3 Kelebihan dan Kekurangan

Website ini memiliki kelebihan dan kekurangan, yang akan dijelaskan pada pembahasan di bawah ini :

#### 4.3.1 Kelebihan Website

Kelebihan dari Sistem Analisa baru ini adalah sebagai berikut :

1. Dapat mempermudah staff dan analis dalam memilih dan melakukan promosi penerimaan mahasiswa baru tanpa harus mensurvey langsung karena sudah ditampilkan detail masing masing strategi.

2. Dapat dijadikan media pemasaran baru bagi para lembaga penerimaan mahasiswa baru.
3. Institusi dapat melihat strategi promosi yang paling efisien dan memberikan support kepada bagian marketing untuk melakukan tugasnya dalam memasarkan institusi
4. Staff dapat mencatat dan menata hasil promosi secara detail.

#### **4.3.2 Kekurangan Website**

Kekurangan dari Sistem Analisa baru ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk input data promosi masih dilakukan secara manual karena belum ada sistem yang dirancang untuk mendampingi segala jenis kegiatan promosi.
2. Tampilan website masih terlihat sederhana.
3. Jika staff dan analis perlu melakukan analisa dari awal, maka penghapusan data yang sudah ada harus dilakukan secara manual karena belum dapat mereset secara otomatis.