

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin

Volume 2, Nomor 4, May 2024, Halaman 114-117

Licensed by CC BY-SA 4.0

E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.11111804)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11111804>

Penentuan Nilai Rating Produk Menggunakan Metode Weighted Product (WP) (Studi kasus : Toko Online Rudi Palupuh Cell)

Rini Amalia^{1*}, Sri Melati Sagita², Siti Khotijah³

¹²³Universitas Indraprasta PGRI

Email: 61tamelati2013@gmail.com

Abstrak

Toko online Rudi Palupuh Cell merupakan toko yang menjual barangnya secara online menggunakan market media. Untuk meningkatkan penjualannya maka diperlukan penentuan nilai rating produk untuk mengevaluasi produk yang paling banyak terjual dan diminati oleh masyarakat dan metode weighted product (wp) dapat membantu memberikan penilaian untuk penentuan rating produk yang dijual di Toko online Rudi Palupuh Cell. Dalam penggunaan metode weighted product (wp) menggunakan pemberian nilai bobot untuk setiap kriteria yang digunakan, dimana kriteria yang digunakan merupakan kriteria yang penting dalam penentuan nilai rating produk. Kriteria yang digunakan dalam metode ini diantaranya rating, jumlah terjual, jumlah dilihat dan harga. Dalam penelitian ini bertujuan memberikan informasi tentang rating tertinggi yang paling diminati oleh konsumen sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan khususnya di toko Onile Palupuh Cell.

Kata kunci: nilai rating, Weighted Product, Sistem Penunjang Keputusan

Abstract

Rudi Palupuh Cell online shop is a shop that sells its goods online using market media. To increase sales, it is necessary to determine the product rating value to evaluate the products that are most sold and in demand by the public and the weighted product (wp) method can help provide an assessment to determine the rating of products sold at the Rudi Palupuh Cell online shop. When using the weighted product (WP) method, a weight value is assigned to each criterion used, where the criteria used are important criteria in determining the product rating value. The criteria used in this method include rating, number sold, number of views and price. This research aims to provide information about the highest ratings that are most popular with consumers so that it is hoped that it can further increase sales, especially at the Onile Palupuh Cell shop.

Keywords: rating value, Weighted Product, Decision Support System

Article Info

Received date: 25 April 2024

Revised date: 30 April 2024

Accepted date: 2 May 2024

PENDAHULUAN

Dengan perkembangan teknologi dan internet yang sangat pesat, berbelanja online sudah menjadi kegiatan yang sering dilakukan oleh masarakat. Keberadaan situs penyedia berbelanja secara online, memudahkan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Selain itu konsumen bisa membandingkan harga dari toko offline ke toko online dan sebaliknya, mendapatkan penawaran harga yang lebih murah dibandingkan dengan toko offline. Dengan online shop pembeli dapat menanyakan harga atau soal apapun terkait produk kepada penjual bahkan bias bernegosiasi soal harga (Ardianti & Widiartanto, 2019). Belanja online (online shopping adalah proses dimana konsumen secara langsung membeli barang-banrang, jasa dan lain-lain dari seorangpenjual secara interaktif dan real-time tanpa suatu media perantara melalui internet (Mujiyana & Elissa, 2013)

Toko online rudi palupuh merupakan sebuah toko online yang menjual barang nya secara online menggunakan market media, dimana barang barang yang ditawarkan merupakan barang barang yang biasanya diminati pada pangsa pasar saat ini. Untuk membantu penjualannya maka dibutuhkan penilaian rating produk terhadap barang barang yang dijual ditoko online rudi palupuh. Untuk membantu penilaian rating maka digunakan metode weighted produk (wp), dimana penggunaan metode ini adanya pemberian nilai bobot terhadap kriteria yang dianggap faktor penting dalam penjualan di toko online. Penggunaan metode weighted produk memberikan hasil perhitungan yang akurat sehingga hasil dari perhitungannya dapat membantu dalam pengambilan keputusan barang apa yang perlu ditingkatkan jumlah persediaannya sehingga dalam penggunaan metode ini diharapkan membantu dalam strategi penjualan.

Pemilihan metode *weighted product* (wp) didasarkan juga atas kemampuannya dalam memberikan solusi optimal dalam pemeringkatan (Sugiarto, Rizky, Susilowati, Yunita, & Hakim, 2020). Berbelanja online sudah menjadi kegiatan yang sering dilakukan oleh masyarakat seiring dengan perkembangan teknologi dan internet yang sangat pesat. Berbelanja merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen karena adanya kebutuhan ataupun sekedar untuk memenuhi keinginan. Saat ini konsumen dipermudah dengan munculnya situs belanja secara online, sehingga konsumen tidak perlu pergi keluar rumah dan berat-berat membawa barang belanjanya. Karena itu popularitas online shopping meningkat dikalangan masyarakat. Beberapa alasan masyarakat memilih untuk belanja online, yaitu belanja online menghemat waktu, tenaga dan pengeluaran. Konsumen yang tidak memiliki banyak waktu untuk pergi ke pusat perbelanjaan namun harus memenuhi kebutuhan, dengan belanja online mereka bisa mendapatkan barang yang diinginkan dalam waktu singkat. Selain itu barang yang dibeli langsung dikirim ke alamat konsumen, dan dapat meminimalisir pengeluaran seperti menghindari lapar mata konsumen ketika belanja.

Selanjutnya tidak terbatas, karena konsumen dapat membeli barang yang diinginkan dimana barang tersebut berada di kota lain atau tempat yang tidak mampu dijangkau dengan mudah. Alasan selanjutnya mudah membandingkan produk dan harga, dengan belanja online konsumen lebih mudah membandingkan harga dari toko offline ke toko online maupun dari toko online ke toko online. Tidak hanya itu konsumen dapat menemukan produk dengan lebih 2 mudah. Toko online sering digunakan untuk mencari informasi tentang produk tertentu dan terkadang toko online menjual produk bermerek yang tidak dijual di toko offline. Terakhir mendapatkan harga lebih murah, belanja online sering menjadi pilihan karena beberapa produk menawarkan harga yang jauh lebih murah daripada toko offline, belanja online menjadi aktivitas yang populer bagi semua kalangan masyarakat. Masyarakat Indonesia semakin senang dan dimanjakan dalam mendapatkan barang dan jasa yang dibutuhkan. Hal ini dikarenakan ada begitu banyak situs penyediaan belanja online di Indonesia, yang begitu mudah untuk diakses melalui ponsel maupun melalui laptop dan computer. Sementara dengan adanya belanja online ini memungkinkan masyarakat untuk membeli produk dan menjual produk dengan mudah, cakupan pemasarannya juga begitu sangat luas, menjangkau seluruh wilayah Indonesia hingga ke luar negeri (Ginting, 2020)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan metode *Weighted Product*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah-langkah untuk penentuan nilai rating produk menggunakan metode *Weighted Product* adalah :

1. Menentukan Kriteria dan Alternatif

Ada 4 kriteria yang akan dilakukan analisa untuk penelitian menggunakan metode *Weighted Product*, diantaranya :

Tabel 1. Kriteria (K)

Kriteria
Rating (K1)
Jumlah Terjual (K2)
Jumlah Dilihat (K3)
Harga (K4)

Selanjutnya, ada 5 produk barang dari Toko Online Rudi Palupuh Cell yang akan dijadikan sebagai alternatif, yaitu :

Tabel 2. Alternatif (A)

Alternatif
Redmi Note 11 (A1)
Samsung A10S (A2)
Redmi 10 (A3)
Huawei Band 7 (A4)
Redmi note 10 (A5)

2. Pemberian Bobot Kriteria

Masing-masing kriteria yang sudah ditentukan, selanjutnya akan diberi bobot. Berikut hasil dari pemberian bobot untuk masing-masing kriteria :

Tabel 3. Bobot Kriteria Rating

No	Kriteria	Bobot
1	Rating 3	1
2	Rating 4	3
3	Rating 5	5

Tabel 4. Bobot Kriteria Jumlah Terjual

No	Kriteria	Bobot
1	≤ 50	1
2	51-100	3
3	≥ 101	5

Tabel 5. Bobot Kriteria Jumlah Dilihat

No	Kriteria	Bobot
1	≤ 100	1
2	101-500	3
3	≥ 501	5

Tabel 6. Bobot Kriteria Rating Harga

No	Kriteria	Bobot
1	$\leq \text{Rp. } 1.000.000,-$	1
2	$\text{Rp. } 1.000.001,- \text{--Rp. } 3.000.000,-$	3
3	$\geq \text{Rp. } 3.000.0001$	5

3. Perhitungan Nilai Bobot

Perhitungan nilai bobot pada masing masing kriteria, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\frac{W_{\text{Init } j}}{\sum_{j=1}^n W_{\text{Init } j}}$$

Dicari nilai W_j dari masing-masing kriteria dengan hasil berikut :

Tabel 7. Nilai Bobot Kriteria

Kriteria	Bobot
Rating (K1)	5
Jumlah Terjual (K2)	4
Jumlah Dilihat(K3)	4
Harga (K4)	5

$$\begin{array}{c} 5 \\ 5 + 4 + 4 + 5 \\ 4 \\ 5 + 4 + 4 + 5 \\ 4 \\ 5 + 4 + 4 + 5 \\ 5 \\ 5 + 4 + 4 + 5 \end{array}$$

$$\sum W = 0.278 + 0.222 + 0.222 + 0.278 = 1$$

Perbaikan bobot

$W_j = (5, 4, 4, 5)$

Tabel 8. Perbaikan Bobot Kriteria

Kriteria	Bobot	Perbaikan Bobot
Rating (K1)	5	0,278
Jumlah Terjual (K2)	4	0,222
Jumlah Dilihat(K3)	4	0,222
Harga (K4)	5	0,278

SIMPULAN

Dalam menggunakan metode weighted product (wp) menggunakan pemberian nilai bobot untuk setiap kriteria yang digunakan, dimana kriteria yang digunakan merupakan kriteria yang penting dalam penentuan nilai rating produk. Kriteria yang digunakan dalam metode ini diantaranya rating, jumlah terjual, jumlah dilihat dan harga. Dalam penelitian ini bertujuan memberikan informasi tentang rating tertinggi yang paling diminati oleh konsumen sehingga diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan khususnya di toko Onile Palupuh Cell.

REFERENSI

- Ardianti, A. N., & Widiartanto. (2019). Pengaruh Online Customer Review dan Online Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian melalui Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (JIAB)*, 55-66.
- Mujiyana, M., & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *Jati Undip*, 143-152.
- Sugiarto, A., Rizky, R., Susilowati, S., Yunita, A. M., & Hakim, Z. (2020). Metode Weighted Product Pada Sistem Pendukung Keputusan Pemberian Bonus Pegawai Pada CV Bejo Perkasa. *Bianglala Informatika : Jurnal Komputer dan Informatika Akademi Bia Sarana Informatika Yogyakarta*, 100-104.