

METODE MULTIFACTOR EVALUATION PROCESS UNTUK MENENTUKAN STRATEGI PROMOSI KAMPUS (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MUARA BUNGO)

Defrizal¹, Yuhandri², Sumijan³

^{1,2,3}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email: ¹defrizal.kuliah2@gmail.com, ²yuhandri.yunus@gmail.com, ³sumijan@upiypk.ac.id

Abstrak: Setiap tahun ajaran baru kampus selalu saling bersaing untuk mendapatkan daya tarik calon mahasiswa baru dalam memilih Perguruan Tinggi tertentu, dan keunikan tersebut sekaligus dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu perlu adanya strategi promosi dari masing-masing kampus, khususnya di Universitas Muhammadiyah Muara Bungo (UMMUBA). Dalam penelitian ini strategi promosi kampusnya di analisa dengan menggunakan Metode Multifactor Evaluation Process (MFEP) dimana Nilai faktor atau kriteria didapatkan dari kuesioner yang dibuat secara sistem dan selanjutnya dibuatkan sub kriteria yang diidentifikasi dari nilai bobot sub kriteria tersebut. Berdasarkan kriteria promosi kampus itu, maka akan diimplementasikan beberapa alternatif alat atau media promosi kampus yang akan diterapkan dari setiap kriteria nilai bobot faktor tersebut menjadi nilai evaluasi bobot faktor dan akan dilakukan perhitungan nilai bobot evaluasi dari masing-masing alternatif alat atau media strategi promosi kampus tersebut. Berdasarkan bobot evaluasi tiap faktor dari alternatif alat atau media promosi kampus didapatkan maka dapat dicari nilai Total Weight Evaluation per Alternatif alat atau media promosi yang akan diuji, selanjutnya dilakukan perbandingan dan dibuat keputusan, mana yang terbaik dan baik. Dalam penelitian ini, didapatkan kesimpulan apabila nilai total weight evaluation dari alternatif alat atau media promosi itu nilainya besar atau sama dengan 10 (≥ 10) maka alternatif atau alat media promosi tersebut dikatakan sebagai prediket TERBAIK dan sebaliknya jika total weight evaluation itu lebih kecil dari 10 (≤ 10) maka nilai total weight evaluation seperti ini dikatakan sebagai prediket BAIK.

Kata kunci: Aplikasi Sistem Pendukung Keputusan, Metode Multi Factor Evaluation Process, Strategi Promosi, Media Promosi Kampus, Media Promosi Terbaik

Abstract: Every new academic year, campuses always compete with each other to gain the attractiveness of prospective new students in choosing a particular tertiary institution, and this uniqueness can also be used as a competitive advantage. Therefore it is necessary to have a promotion strategy from each campus, especially at Muara Bungo Muhammadiyah University (UMMUBA). In this study, the campus promotion strategy was analyzed using the Multifactor Evaluation Process (MFEP) method where the factor or criterion values were obtained from a questionnaire that was made in a system and then sub-criteria were made which were identified from the sub-criteria weight values. Based on the campus promotion criteria, several alternative campus promotional tools or media will be implemented which will be applied from each criterion of the factor weight value to the factor weight evaluation value and calculation of the evaluation weight value of each alternative tool or media strategy for the campus promotion will be carried out. . Based on the evaluation weight of each factor from the alternative campus promotion tools or media, it can be found that the Total Weight Evaluation value per alternative promotional tool or media will be tested, then a ranking is carried out and a decision is made which one is the best and the best In this study, it was concluded that if the total weight evaluation value of the alternative promotional tools or media is greater than or equal to 10 (≥ 10) then the alternative or media promotion tool is said to be the BEST predicate and vice versa if the total weight evaluation is less than 10 (≤ 10) then the total weight evaluation value like this is said to be a GOOD predicate.

Keyword: Decision Support System Application, Metode Multi Factor Evaluation Process, Promotion Strategy, Campus Promotional Media, The Best Promotional Media.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan IPTEK menjadi salah satu aspek penting kemajuan globalisasi khususnya di bidang perguruan tinggi. Mengantisipasi tantangan yang dihadapi dari dampak globalisasi yang terkena pada dunia pendidikan tinggi dan perguruan tinggi di Indonesia. Setiap tahun ajaran baru, PTS selalu bersaing dengan PTN dan PTS lain dalam memperebutkan jumlah mahasiswa. Agar bisa survive, setiap PTS harus memahami hal-hal apa saja yang menjadi pertimbangan atau daya tarik calon mahasiswa baru memilih Perguruan tinggi (PT) tertentu, dan keunikan tersebut sekaligus dapat dijadikan sebagai keunggulan kompetitif. Pengambilan keputusan yang dilakukan harus sesuai target, dan di pertanggung jawabkan menjadi kunci sebuah keberhasilan. Mencari informasi saja tidak cukup, yang utama adalah paham masalah yang dihadapi. (Julius Sinaga, Bosker Sinaga, 2019).

Sistem informasi juga dapat di artikan sebagai kombinasi dari teknologi untuk mendukung operasi dan manajemen. Sebuah sistem merupakan piranti penting dan sangat dibutuhkan oleh suatu perusahaan atau instansi resmi. Hal ini karena dengan adanya sistem yang terintegrasi, kinerja suatu perusahaan atau instansi akan lebih terarah dan sistematis. Namun untuk mendapatkan dampak positif dari penggunaan sistem, semua unsur-unsur yang terkait didalamnya harus berkerja sama guna mencapai tujuan yang sudah ditentukan sebelumnya.

Sistem Pendukung Keputusan merupakan sistem informasi yang interaktif yang dapat memudahkan untuk pengambilan keputusan dalam situasi terstruktur dan situasi yang tidak terstruktur. Sistem pendukung keputusan dapat memudahkan dalam melakukan pengambilan keputusan. Sistem pendukung keputusan yang pada saat ini berkembang ada bermacam-macam, yaitu salah satunya dengan menggunakan metode MFEP.

Pengambilan keputusan dengan menggunakan metode MFEP ini dilakukan secara subyektif dan intuitif dengan menimbang beberapa faktor yang berpengaruh terhadap alternatif sistem pendukung keputusan tersebut dan tujuannya yaitu untuk menyediakan informasi, membimbing, memberikan prediksi serta mengarahkan kepada pengguna informasi agar dapat melakukan pengambilan keputusan dengan lebih baik dan lebih cepat. Sistem Pendukung Keputusan dalam menentukan teknik promosi mana yang akan digunakan untuk penerimaan Mahasiswa Baru dan bagaimana menerapkan metode Multifactor Evaluation Process untuk menghasilkan keputusan dari teknik promosi yang terbaik dan akan diterapkan dengan kategori Baik atau Terbaik berdasarkan analisa metode MFEP.

Penelitian terdahulu dengan metode yang sama yaitu metode Multi Factor Evaluation Process (MFEP) diantaranya Mengidentifikasi Penerima Bantuan yang Tepat pada Program Keluarga Harapan (Lidia Sutra, 2021). Penelitian lainnya yaitu Sistem pendukung keputusan penilaian kinerja pegawai pemerintahan desa menggunakan metode MFEP (Irfan Juliardi Saputra dan Anief Fauzan Rozi, 2022), Analisis MFEP pada pemilihan produk perbankan yang sesuai kebutuhan nasabah (Harmayani dan Vira Dwina, 2020), Pemanfaatan Sistem Keputusan Dalam Mengevaluasi Penentuan Aplikasi Chatting Terbaik Dengan MFEP (Indra Riyana Rahadjeng, Muhammad Noor Hasan Siregar, dan Agus Perdana Windarto, 2022), Sistem pendukung keputusan penilaian kinerja pegawai pemerintahan desa menggunakan metode MFEP (Anief Fauzan Rozi, 2022), Penerapan Metode MFEP dalam Seleksi Karyawan (Nurkhalik Wahdani dan Syuryadi, 2022), Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Jenis Tanaman Pangan Menggunakan Metode MFEP (Hijaz Ahsan Mahmudi dan Sularso Budi Laksono, 2022), Penerapan Metode MFEP dalam Perlombaan Hatinya PKK Kabupaten Musi Rawas (Deni Apriadi dan Alfianini, 2022), Penerapan Metode Multifactor Evaluation Process (MFEP) Untuk Menentukan Kelayakan Penerima Bantuan Pinjaman Modal Usaha Kecil Menengah (Winda Ayu Ramadhani, Novica Irawati dan Cecep Maulana, 2022), Implementasi Metode MFEP pada Pemberian Penghargaan Desa Bersinar (Mia Amelya Lubis, Iqbal Kamil Siregar, dan Chitra Latiffani, 2022) dan Implementasi Metode MFEP dalam Pemilihan Karyawan Berprestasi pada PT. Maju Express Indonesia (Debi Yandra Niska dan Eliza Musdalifa, 2020).

Berdasarkan uraian diatas, kita memahami konsep dan penerapan dari Metode Multi Factor Evaluation Process (MFEP) pada Sistem Pendukung Keputusan (SPK) untuk menentukan sistem pengambilan keputusan strategi promosi yang tepat dalam penerimaan mahasiswa dan mahasiswi baru di Universitas Muhammadiyah Muara Bungo (UMMUBA). Hal ini digunakan untuk menguji penerapan metode Multi Factor Evaluation Process (MFEP) dalam mengambil keputusan strategi promosi terbaik agar

dengan menggunakan metode MFEP setiap kriteria yang telah ditentukan diberikan bobot (weighting) sesuai dengan kebutuhannya. Setiap alternatif dievaluasi berdasarkan faktor-faktor pertimbangan tersebut.

Berdasarkan studi literatur yang sudah di bahas dalam penelitian ini maka dapat diambil garis besar dari kriteria promosi kampus Universitas Muhammadiyah Muara Bungo (UMMUBA) yang dilakukan dalam penelitian ini.

Mengenal permasalahan yaitu langkah pertama yang dilakukan dalam tahap analisa sistem. Masalah (problem) dapat didefinisikan sebagai suatu pertanyaan yang harus dipecahkan, masalah ini menyebabkan sasaran dari sistem tidak dapat dicapai. Oleh karenanya pada tahap analisis sistem langkah pertama yang harus dilakukan oleh analisis yaitu mengendifikasikan terlebih dahulu masalah-masalah yang terjadi, mengendifikasikan masalah dimulai dengan mengkaji subyek permasalahan yang ada. Perhitungan *Multifactor Evaluation Process* (MFEP) dalam proses menentukan strategi promosi kampus menggunakan beberapa tahapan-tahapan.

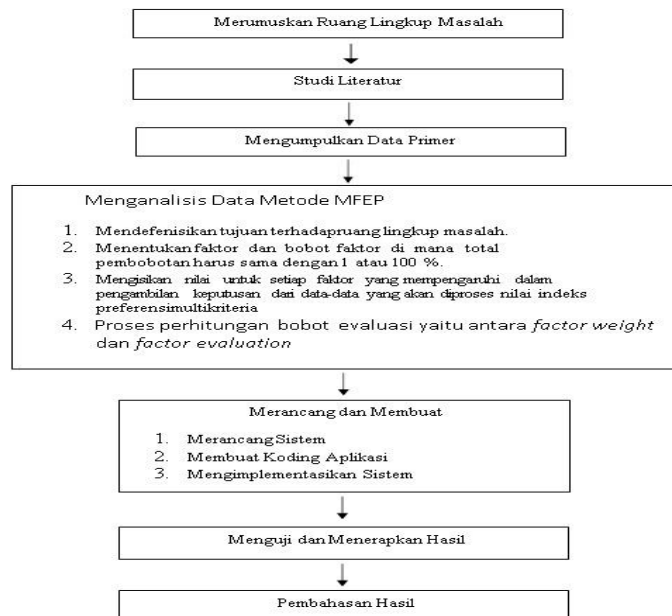
Berikut adalah algoritma dalam proses perhitungan dengan menggunakan metode MFEP :

1. Tahapan Menentukan Faktor dan Bobot Faktor
2. Tahapan Menentukan Alternatif Alat atau Media Promosi yang akan diuji
3. Tahapan Perhitungan Bobot antara *Factor Weight* dan *Factor Evaluation*
4. Tahapan Hasil Perhitungan Metode MFEP
5. Tahapan Hasil Perangkingan
6. Tahapan Keputusan Hasil Evaluasi Strategi Promosi Kampus UMMUBA

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian merupakan rancangan dari kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dalam mencari, merumuskan, serta menganalisa hingga dapat menyusun sesuai dengan langkah-langkah yang akan digunakan dan waktu yang digunakan sebagai acuan dalam memperoleh analisa data. Metode penelitian diperlukan guna membantu penulisan dapat terarah sesuai dengan masalah yang akan diteliti pada judul penelitian.

Metode penelitian bersifat objektif, artinya objektivitas tersebut mampu menghasilkan penelitian yang dapat membantu peneliti lainnya. Metode tersebut memiliki sifat yang kritis, serta secara analisis mampu menunjukkan proses yang tepat dan benar dalam mendefinisikan masalah dengan suatu metode. Metode yang digunakan juga memiliki sifat yang logis, yang artinya mampu memberikan argumen yang benar. Pada bagian ini Penulis melaksanakan studi literatur termasuk dengan membaca dan mengumpulkan berbagai bahan dari buku-buku, jurnal-jurnal komputer yang membahas masalah berkaitan dengan penelitian ini serta berbagai sumber lainnya.



Gambar 1. Tahapan MFEP

Langkah-langkah proses perhitungan menggunakan metode MFEP di atas dapat direalisasikan sebagai berikut :

1. Perhitungan nilai bobot evaluasi faktor ditunjukkan dalam persamaan (2.1).

$$EF = \frac{\sum X}{\sum X_{max}} \dots \dots \dots (2.1)$$

Keterangan:

- EF** : Evaluasi Faktor
- X** : Nilai Subkriteria
- X max** : Nilai X max

2. Perhitungan nilai bobot evaluasi ditunjukkan dalam persamaan (2.2).

$$WE = FW \times E \dots \dots \dots (2.2)$$

Keterangan:

- WE** : Nilai Bobot Evaluasi
- FW** : Nilai Bobot Faktor
- E** : Nilai Evaluasi Faktor

3. Perhitungan nilai total evaluasi ditunjuk dalam persamaan (3).

$$\sum_{i=1}^n WE_{(i)} = WE_{(1)} + WE_{(2)} + \dots + WE_{(n)} \dots \dots \dots (2.3)$$

Keterangan:

- $\sum_{i=1}^n WE_{(i)}$: Total Nilai Bobot Evaluasi
- $WE_{(i)}$: Nilai Bobot Evaluasi ke – i

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan sebagai sampel diambil maksimal 20 orang mahasiswa dan mahasiswi per Program Studi yang berada di lingkungan Universitas Muhammadiyah Muara Bungo. Setelah mahasiswa dan mahasiswi melakukan kuesioner maka akan didapatkan data kuesioner, dari data kuesioner yang diolah maka akan didapatkan bobot dari kriteria yang telah ditentukan. Setelah data kriteria beserta bobotnya didapat maka dilanjutkan untuk memproses alat atau media promosi kampus yang terbaik menggunakan metode MFEP, Data-data mahasiswa dan mahasiswi Universitas Muhammadiyah Muara Bungo yang melakukan kuesioner per Program Studi untuk memperoleh bobot dari kriteria.

1. Tabel Data Kuesioner Mahasiswa / Mahasiswi

NO	NIM	NAMA	Tempat Tanggal Lahir	Jenis Kelamin		Asal Sekolah
				L	P	
1	211014283211001	Cindi Ayu Juliani Aris	Jakarta, 15 Juli 2000	p		SMAN 1 BUNGO
2	211014283211002	Danu Muhammad Rizki	Sungai Mengkuang, 16 Januari 2003		l	SMK SETIH SETIO BUNGO
3	211014283211003	Fitri Rahayu	Kuning Gading, 3 Maret 2003	p		SMA 1 N BUNGO
4	211014283211004	Nanik Aprilia	Sari Mulya, 4 April 2003	p		SMK N 7 BUNGO
5	211014283211005	Rihhadatul 'Aisy	Bukit Tinggi, 17 Agustus 2001	p		SMKN 1 BUNGO
6	211014283211006	Rina Tri Setiani	Sungai Buluh, 29 Juli 2003	p		SMAN 11 TEBO
7	211014283211007	Tina Ananda Oktari	Mulia Bhakti, 7 Oktober 2002	p		SMAN 2 BUNGO
8	211014283211008	Zabila Azzahra	Muara Bungo, 30 September 2003	p		SMKN 2 TEBO
9	211014283211009	Eka Dewi Saputri	Tanah Periuk, 10 September 2000	p		SMAN 2 BUNGO
‘	‘	‘	‘	‘	‘	‘
‘	‘	‘	‘	‘	‘	‘
‘	‘	‘	‘	‘	‘	‘
157	211014283211010	Mutiara Ayu Fadilla	Rimbo Ilir, 27 Maret 2003	p		SMAN 2 BUNGO

2. Kode Kriteria

No.	Kode	Kriteria
1.	K1	Aspek <i>Provide Information</i> (Memberikan Informasi)

2.	K2	Aspek <i>Persuading</i> (Membujuk)
3.	K3	Aspek <i>Reminding</i> (Mengingatkan)
4.	K4	Aspek <i>Adding Value</i> (Menambah Nilai)
5.	K5	Aspek <i>Assisting</i> (Mendampingi Upaya-upaya Lain)
6.	K6	Aspek <i>Build Awareness</i> (Membangun Kesadaran)
7.	K7	Aspek <i>Create Interest</i> (Menciptakan Minat)
8.	K8	Aspek <i>Stimulate Demand</i> (Merangsang Permintaan)
9.	K9	Aspek <i>Reinforce The Brand</i> (Memperkuat Merek)
10.	K10	Aspek <i>The Goal Promotion</i> (Sasaran Promosi)
11.	K11	Aspek Lainnya

3. Tabel Sub Kriteria/Faktor dan Bobot

No	Faktor	Bobot
K1	Aspek <i>Provide Information</i> (Memberikan Informasi), Bobot 11,46 %	
1	Ada, dan Diterapkan	12
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	6
3	Tidak ada	0
K2	Aspek <i>Persuading</i> (Membujuk), Bobot 11,48 %	
1	Ada, dan Diterapkan	12
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	6
3	Tidak ada	0
K3	Aspek <i>Reminding</i> (Mengingatkan), Bobot 3,93 %	
1	Ada, dan Diterapkan	4
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	2
3	Tidak ada	0
K4	Aspek <i>Adding Value</i> (Menambah Nilai), Bobot 3,92 %	
1	Ada, dan Diterapkan	4
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	2
3	Tidak ada	0
K5	Aspek <i>Assisting</i> (Mendampingi Upaya-upaya Lain), Bobot 3,86 %	
1	Ada, dan Diterapkan	4
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	2
3	Tidak ada	0
K6	Aspek <i>Build Awareness</i> (Membangun Kesadaran), Bobot 7,91 %	
1	Ada, dan Diterapkan	8
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	4
3	Tidak ada	0
K7	Aspek <i>Create Interest</i> (Menciptakan Minat), Bobot 7,82 %	
1	Ada, dan Diterapkan	8
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	4
3	Tidak ada	0
K8	Aspek <i>Stimulate Demand</i> (Merangsang Permintaan), Bobot 7,82 %	
1	Ada, dan Diterapkan	8
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	4
3	Tidak ada	0
K9	Aspek <i>Reinforce The Brand</i> (Memperkuat Merek), Bobot 7,83 %	
1	Ada, dan Diterapkan	8
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	4
3	Tidak ada	0
K10	Aspek <i>The Goal Promotion</i> (Sasaran Promosi), Bobot 11,63 %	
1	Ada, dan Diterapkan	12
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	6
3	Tidak ada	0
K11	Aspek Lainnya, Bobot 22,34 %	
1	Ada, dan Diterapkan	22
2	Ada, dan Tidak Diterapkan	11

No	Faktor	Bobot
3	Tidak ada	0

4. Tabel Alternatif Alat Atau Media Promosi Kampus Yang Diuji

No.	Alternatif Alat Atau Media Promosi Kampus
1.	Facebook Ads
2.	Google Ads
3.	Instagram
4.	Telegram
5.	Tik Tok
6.	Youtube
7.	WhatsApp
8.	Line
9.	Website
10.	X – Banner
11.	Billboard Banner (Baliho)
12.	Banner
13.	Kalender
14.	Brosur
15.	Spanduk

3.1. Tahapan Hasil Perhitungan Metode MFEP

1. Konversi Tabel

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	NILAI INPUT										
			K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
1	Promosi001	Facebook Ads	12	12	4	4	0	8	8	8	8	12	22
2	Promosi002	Google Ads	12	6	4	4	2	8	8	8	8	12	22
3	Promosi003	Instagram	12	0	4	4	0	8	8	8	8	12	22
4	Promosi004	Telegram	12	6	4	0	0	8	8	8	0	12	22
5	Promosi005	Tik Tok	12	6	4	0	0	0	8	8	0	12	22
6	Promosi006	Youtube	12	0	4	0	2	8	8	8	4	12	22
7	Promosi007	WhatsApp	12	0	0	0	2	0	8	8	4	12	22
8	Promosi008	Line	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Promosi009	Website	12	12	4	4	4	8	8	4	8	12	22
10	Promosi010	X – Banner	12	12	4	0	0	8	8	0	8	12	22
11	Promosi011	Billboard Banner (Baliho)	12	12	4	4	4	8	8	8	8	12	22
12	Promosi012	Banner	12	0	4	0	4	8	8	4	8	12	22
13	Promosi013	Kalender	12	12	0	0	0	0	8	0	0	12	22
14	Promosi014	Brosur	12	0	4	0	0	0	8	0	0	12	22
15	Promosi015	Spanduk	12	0	4	0	0	8	0	8	0	12	22

2. Tabel Evaluasi Faktor Bobot

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	EVALUASI FACTOR WEIGHT										
			K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
1	Promosi001	Facebook Ads	1,3752	1,3776	0,1572	0,1568	0	0,6328	0,6256	0,6256	0,6264	1,3956	4,9148
2	Promosi002	Google Ads	1,3752	0,6888	0,1572	0,1568	0,0772	0,6328	0,6256	0,6256	0,6264	1,3956	4,9148
3	Promosi003	Instagram	1,3752	0	0,1572	0,1568	0	0,6328	0,6256	0,6256	0,6264	1,3956	4,9148
4	Promosi004	Telegram	1,3752	0,6888	0,1572	0	0	0,6328	0,6256	0,6256	0	1,3956	4,9148
5	Promosi005	Tik Tok	1,3752	0,6888	0,1572	0	0	0	0,6256	0,6256	0	1,3956	4,9148
6	Promosi006	Youtube	1,3752	0	0,1572	0	0,0772	0,6328	0,6256	0,6256	0,3132	1,3956	4,9148

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	EVALUASI FACTOR WEIGHT										
			K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11
7	Promosi007	WhatsApp	1,3752	0	0	0	0,0772	0	0,6256	0,6256	0,3132	1,3956	4,9148
8	Promosi008	Line	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
9	Promosi009	Website	1,3752	1,3776	0,1572	0,1568	0,1544	0,6328	0,6256	0,3128	0,6264	1,3956	4,9148
10	Promosi010	X – Banner	1,3752	1,3776	0,1572	0	0	0,6328	0,6256	0	0,6264	1,3956	4,9148
11	Promosi011	Billboard Banner (Baliho)	1,3752	1,3776	0,1572	0,1568	0,1544	0,6328	0,6256	0,6256	0,6264	1,3956	4,9148
12	Promosi012	Banner	1,3752	0	0,1572	0	0,1544	0,6328	0,6256	0,3128	0,6264	1,3956	4,9148
13	Promosi013	Kalender	1,3752	1,3776	0	0	0	0	0,6256	0	0	1,3956	4,9148
14	Promosi014	Brosur	1,3752	0	0,1572	0	0	0	0,6256	0	0	1,3956	4,9148
15	Promosi015	Spanduk	1,3752	0	0,1572	0	0	0,6328	0	0,6256	0	1,3956	4,9148

3. Perhitungan Total Weight Evaluation

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	Faktor	Nilai	Bobot	Weight Evaluation
1	Promosi001	Facebook Ads	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	12	0,1148	1,3776
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	4	0,0392	0,1568
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				98	1,0000	11,8876
2	Promosi002	Google Ads	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	6	0,1148	0,6888
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	4	0,0392	0,1568
			K5	2	0,0386	0,0772
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				94	1,0000	11,2760
3	Promosi003	Instagram	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	0	0,1148	0,0000
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	4	0,0392	0,1568
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				86	1,0000	

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	Faktor	Nilai	Bobot	Weight Evaluation
						10,5100
4	Promosi004	Telegram	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	6	0,1148	0,6888
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	0	0,0783	0,0000
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				80	1,0000	10,4156
5	Promosi005	Tik Tok	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	6	0,1148	0,6888
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	0	0,0791	0,0000
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	0	0,0783	0,0000
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				72	1,0000	9,7828
6	Promosi006	Youtube	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	0	0,1148	0,0000
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	2	0,0386	0,0772
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	4	0,0783	0,3132
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				80	1,0000	10,1172
7	Promosi007	WhatsApp	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	0	0,1148	0,0000
			K3	0	0,0393	0,0000
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	2	0,0386	0,0772
			K6	0	0,0791	0,0000
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	4	0,0783	0,3132
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				68	1,0000	9,3272
8	Promosi008	Line	K1	0	0,1146	0,0000
			K2	0	0,1148	0,0000

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	Faktor	Nilai	Bobot	Weight Evaluation
			K3	0	0,0393	0,0000
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	0	0,0791	0,0000
			K7	0	0,0782	0,0000
			K8	0	0,0782	0,0000
			K9	0	0,0783	0,0000
			K10	0	0,1163	0,0000
			K11	0	0,2234	0,0000
Total Weight Evaluation				0	1,0000	0,0000
9	Promosi009	Website	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	12	0,1148	1,3776
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	4	0,0392	0,1568
			K5	4	0,0386	0,1544
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	4	0,0782	0,3128
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				98	1,0000	11,7292
10	Promosi010	X – Banner	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	12	0,1148	1,3776
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	0	0,0782	0,0000
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				86	1,0000	11,1052
11	Promosi011	Billboard Banner (Baliho)	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	12	0,1148	1,3776
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	4	0,0392	0,1568
			K5	4	0,0386	0,1544
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				102	1,0000	12,0420
12	Promosi012	Banner	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	0	0,1148	0,0000
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	4	0,0386	0,1544

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	Faktor	Nilai	Bobot	Weight Evaluation
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	4	0,0782	0,3128
			K9	8	0,0783	0,6264
			K10	12	0,1163	1,3956
			K11	22	0,2234	4,9148
Total Weight Evaluation				82	1,0000	10,1948
13	Promosi013	Kalender	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	12	0,1148	1,3776
			K3	0	0,0393	0,0000
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	0	0,0791	0,0000
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	0	0,0782	0,0000
			K9	0	0,0783	0,0000
			K10	12	0,1163	1,3956
K11	22	0,2234	4,9148			
Total Weight Evaluation				66	1,0000	9,6888
14	Promosi014	Brosur	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	0	0,1148	0,0000
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	0	0,0791	0,0000
			K7	8	0,0782	0,6256
			K8	0	0,0782	0,0000
			K9	0	0,0783	0,0000
			K10	12	0,1163	1,3956
K11	22	0,2234	4,9148			
Total Weight Evaluation				58	1,0000	8,4684
15	Promosi015	Spanduk	K1	12	0,1146	1,3752
			K2	0	0,1148	0,0000
			K3	4	0,0393	0,1572
			K4	0	0,0392	0,0000
			K5	0	0,0386	0,0000
			K6	8	0,0791	0,6328
			K7	0	0,0782	0,0000
			K8	8	0,0782	0,6256
			K9	0	0,0783	0,0000
			K10	12	0,1163	1,3956
K11	22	0,2234	4,9148			
Total Weight Evaluation				66	1,0000	9,1012

4. Tabel Perangkingan dan Keputusan

NO	Kode Promosi	Nama Promosi	Total Weight Evaluation	Rangking	Prediket
1	Promosi011	Billboard Banner (Baliho)	12,042	1	TERBAIK
2	Promosi001	Facebook Ads	11,8876	2	TERBAIK
3	Promosi009	Website	11,7292	3	TERBAIK
4	Promosi002	Google Ads	11,276	4	TERBAIK
5	Promosi010	X – Banner	11,1052	5	TERBAIK

6	Promosi003	Instagram	10,51	6	TERBAIK
7	Promosi004	Telegram	10,4156	7	TERBAIK
8	Promosi012	Banner	10,1948	8	TERBAIK
9	Promosi006	Youtube	10,1172	9	TERBAIK
10	Promosi005	Tik Tok	9,7828	10	BAIK
11	Promosi013	Kalender	9,6888	11	BAIK
12	Promosi007	WhatsApp	9,3272	12	BAIK
13	Promosi015	Spanduk	9,2594	13	BAIK
14	Promosi014	Brosur	8,4684	14	BAIK
15	Promosi008	Line	0	15	BAIK

3.2. Implementasi Sistem

Pengimplementasian sistem ini memerlukan spesifikasi perangkat lunak seperti sistem operasi dan program yang harus ada untuk mendukung pengimplementasian sistem. Implementasi Antarmuka dilakukan agar dapat mengetahui, apakah rancangan Antarmuka yang dibuat sesuai atau tidak dengan yang diharapkan.

The screenshots show the 'E-Kuesioner' application interface. The first screenshot displays the 'PERHITUNGAN METODE MFEP' (MFEP Calculation Method) screen. It features a table with columns for 'NO', 'Kriteria/ Faktor', 'Nilai Intensitas (X)', 'Perbandingan X dan total nilai X', and 'Evaluasi Faktor'. The table lists 11 criteria, including 'Aspek Provide Information (Memberikan Informasi)', 'Aspek Persuading (Membujuk)', 'Aspek Reminding (Meningatkan)', 'Aspek Adding Value (Menambah Nilai)', 'Aspek Assisting (Mendampingi Upaya-upaya Lain)', 'Aspek Build Awareness (Membangun Kesadaran)', 'Aspek Create Interest (Menciptakan Minat)', 'Aspek Stimulate Demand (Merangsang Permintaan)', 'Aspek Reinforce The Brand (Memperkuat Merek)', and 'Aspek The Goal Promotion (Sasaran Promosi)'. The total evaluation for 'Aspek Lainnya' is 22.34, and the overall total is 100.

The second screenshot shows a detailed view of the 'Evaluasi Faktor Kriteria Data' (Evaluation of Factor Criteria Data) for 'Facebook Ads'. It includes a table with columns for 'Nama', 'Faktor', 'Nilai', 'Bobot', and 'Weight Evaluation'. The factors listed are K1 through K11, with their respective values and weights. The total weight evaluation for Facebook Ads is 11,8876.

Hal ini dapat dilihat dari nilai *total weight evaluation* yang didapatkan oleh Billboard Banner (Baliho) : 12,042, selanjutnya Facebook Ads : 11,8876, Website : 11,7292, Google Ads : 11,276, X – Banner : 11,1052, Instagram : 10,51, Telegram : 10,4156, Banner : 10,1948 dan Youtube : 10,1172 dapat dikategorikan sebagai alternatif alat atau media promosi **TERBAIK** sedangkan nilai *total weight evaluation* yang bernilai dibawah 10 diantaranya Tik Tok : 9,7828, Kalender : 9,6888, WhatsApp : 9,3272, Spanduk : 9,2594, Brosur : 8,4684 dan Line : 0 dikategorikan sebagai alternatif alat atau media promosi **BAIK**. Gambar 2.

4. Kesimpulan

Pengujian Aplikasi dengan Metode MFEP dari alternatif alat atau media promosi yang diuji ke kode promosi 001 sampai 015 menunjukkan hasil keputusan di mana apabila nilai *total weight evaluation* dari alternatif alat atau media promosi itu nilainya besar atau sama dengan 10 (≥ 10) maka alternatif atau alat media promosi tersebut dikatakan sebagai prediket **TERBAIK** dan sebaliknya jika *total weight evaluation* itu lebih kecil dari 10 (≤ 10) maka nilai *total weight evaluation* seperti ini dikatakan sebagai prediket **BAIK**. Strategi promosi tersebut layak dipertahankan dan dikembangkan untuk strategi promosi kampus selanjutnya dan strategi promosi lainnya harus dievaluasi dan dimaksimalkan agar bisa menopang strategi promosi lainnya untuk penerimaan mahasiswa dan mahasiswi Universitas Muhammadiyah Muara Bungo.

DAFTAR PUSTAKA

- [1.] Agus, Hermawan. (2012). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- [2.] Alo, Liliweri. (2011). Komunikasi : Serba Ada Serba Makna. Jakarta : Kencana
- [3.] Apriadi, D. (2022). Penerapan Metode MFEP dalam Perlombaan Hatinya PKK Kabupaten Musi Rawas Application of the MFEP Method in the Competition The heart of the PKK in Musi Rawas Regency. 8(1), 122–133.
- [4.] Asbara, N. W. (2022). Penerapan Metode MFEP (Multifactor Evaluation Process) Dalam Seleksi Karyawan. 3, 516–521. <https://doi.org/10.30865/json.v3i4.4228>
- [5.] A. Shimp, Terence. (2000). Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi ke-5. Jakarta: Erlangga
- [6.] Bungin & Burhan. (2008). Analisa Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: Prenada Media Group
- [7.] Cangara, Hafied. (2013). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : Raja Grafindo
- [8.] Effendy, Onong Uchjana. (2011). Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek, Bandung, Rosda.
- [9.] Fred, R David. (2011). Strategic Management Manajemen Strategi Konsep,. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- [10.] Harmayani, H., & Dwina, V. (2020). Analisis Metode Multi Factor Evaluation Process pada Pemilihan Produk Perbankan yang sesuai Kebutuhan Nasabah. J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer Dan Informatika), 4(2), 711–720.
- [11.] Ikhlas, M., Komputer, F. I., Sawit, B. K., & Basic, V. (2019). Penerapan metode mfep (multifactor evaluation process) dalam pengambilan keputusan pemilihan bibit kelapa sawit terbaik. 19(1).
- [12.] Kadir, Abdul. (2015). Studi Pemerintahan Daerah dan Pelayanan Publik. CV. Dharma Perada Dharmasraya. Edisi Pertama.
- [13.] Kaswidjanti, W., Astari, S. R., & Yuwono, B. (2019). Metode Multi Factor Evaluation Process untuk Seleksi Asisten Laboratorium Multi Factor Evaluation Process Method for Laboratory Assistant Selection. 125–129.
- [14.] Lubis, M. A., Siregar, I. K., & Latiffani, C. (2022). Implementasi Metode Multyfactor Evaluation Process (Mfep) Pemberian Penghargaan Desa Bersinar. 9(3).
- [15.] Lukiati Komala, 1954-; Elvinaro Ardianto. (2009.). Ilmu komunikasi : perspektif, proses dan konteks / Lukiati Komala ; penyunting dan pengantar, Elvinaro Ardianto. [Bandung] :: Widya Padjadjaran,.
- [16.] Mahardika, F., & Choirurroziqien, C. (2018). Pemilihan Berita Headline Menggunakan Metode Multifactor Evaluation Process Berbasis Sistem Pendukung Keputusan. 17(2), 53–59.
- [17.] Mahmudi, H. A., & Laksono, S. B. (n.d.). Sistem Pendukung Keputusan Penentuan Jenis Tanaman Pangan Menggunakan Metode Multifactor Evaluation Process (MFEP). 7(1), 1–7.
- [18.] Moleong, Lexy J. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosdakarya
- [19.] Morissan. (2015). Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu. Jakarta : Prenadamedia Group
- [20.] Niska, Y., & Musdalifa, E. (2020). Implementasi Metode Multifactor Evaluation Process (MFEP) dalam Pemilihan Karyawan Berprestasi pada PT . Maju Express Indonesia. 05, 252–259.
- [21.] Niska, Y., Musdalifa, E., Harini, C., Rohman, A., Pendahuluan, I., Ikhlas, M., Komputer, F. I., Sawit, B. K., Basic, V., Cahya, Y., Rahardjo, B., Ramadhani, W. A., Irawati, N., Maulana, C., Teknologi, J., Informasi, S., Warnilah, A. I., Purnia, D. S., Farid, M., ... Amalia, V. (2022). Sistem Penunjang Keputusan Penyeleksian Quality Assurance Tester Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (Studi Kasus : PT . Gameloft Indonesia Yogyakarta). 4(1), 1–7. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.4021>
- [22.] Prosiding Seminar Nasional Inovasi Teknologi 2020. (2020). www.ft.unpkediri.ac.id

- [23.] Rahadjeng, I. R., Noor, M., Siregar, H., & Windarto, A. P. (2022). Pemanfaatan Sistem Keputusan Dalam Mengevaluasi Penentuan Aplikasi Chatting Terbaik Dengan Multi Factor Evaluation Process. 6(April), 1258–1262. <https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.4021>
- [24.] Rangkuti, Freddy. 2018. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- [25.] Ramadhani, W. A., Irawati, N., & Maulana, C. (2022). Penerapan Metode Multifactor Evaluation Process (MFEP) Untuk Menentukan Kelayakan Penerima Bantuan Pinjaman Modal Usaha Kecil Menengah. 4(1), 50–59. <https://doi.org/10.47065/bits.v4i1.1490>
- [26.] Saputra & Rosi. (2022). Pegawai Pemerintahan Desa Menggunakan Metode Multi Factor Evaluation Process (Mfep) Village Government Employees Using the Multi Factor. 15(1), 1–13.
- [27.] Sutra, L., & Nurcahyo, G. W. (2021). Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Sistem Pendukung Keputusan dengan Metode Multi Factor Evaluation Process dalam Mengidentifikasi Penerima Bantuan yang Tepat pada Program Keluarga Harapan. 3, 48–52. <https://doi.org/10.37034/infeb.v3i2.65>
- [28.] Teknologi, I., Bandung, N., Ungkawa, U., Faruqi, R., & F, N. U. R. F. (2019). Studi Kasus : Promosi Jabatan di Biro Kepegawaian Perbandingan Metode Multifactor Evaluation Process dan Analytical Hierarchy Process. 4(2), 111–121.. <https://doi.org/2338-2724>