

ANALISIS STRATEGI PENINGKATAN KINERJA PEMASARAN KRE ALANG MENGUNAKAN METODE PERBANDINGAN EKSPONENSIAL (MPE)

Nurul Mutmainah¹, Koko Hermanto^{*1}, Iksan Adiasa¹ dan Ismi Mashabai¹

Teknik Indutsri, Rekayasa Sistem, Universitas Teknologi Sumbawa, Indonesia

koko.hermanto@uts.ac.id

ABSTRAK

Kre Alang merupakan hasil kerajinan tenunan khas Sumbawa, yang pusat produksinya berada di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Besar. Kre Alang menjadi salah satu ikon Daerah Sumbawa Besar yang perlu dilestarikan. Namun, untuk produk Kre Alang ini sendiri dapat dikatakan masih belum optimal dalam pemasarannya, hal tersebut dikarenakan Lokasi penjualan Kre Alang berada jauh dari keramaian Pasar serta konsumen diharuskan datang sendiri ke lokasi dan pembayaran dilakukan secara tunai. Berdasarkan masalah tersebut tentunya dapat berdampak dan berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pemasaran. Dengan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengajukan usulan perbaikan terhadap strategi pemasaran produk berdasarkan pengaruh yang dihasilkan. Metode yang digunakan untuk memudahkan pengolahan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode MPE untuk memberikan informasi strategi solusi yang diutamakan yang perlu dilakukan oleh pengusaha kain tenun Kre Alang. Berdasarkan tujuan, adapun hasil yang didapatkan berdasarkan peringkat prioritas yang didapatkan melalui analisis MPE didapatkan bahwa alternatif Pemasaran Kre Alang tersedia sistem penjualan melalui media *online* (P5) menjadi alternatif prioritas pertama yang harus dilakukan oleh penenun untuk memperbaiki kinerja pemasaran.

Kata kunci; MPE; Tree Diagram; Lokasi; Kinerja Pemasaran; Kre Alang.

ABSTRACT

Kre Alang is a typical Sumbawa woven craft, whose production center is in Poto Village, Moyo Hilir District, Sumbawa Besar Regency. Kre Alang is one of the regional icons of Sumbawa Besar that needs to be preserved. However, for the Kre Alang product itself it can be said that it is still not optimal in its marketing, this is because the Kre Alang sales location is far from the crowded market and consumers are required to come to the location in person and payment is made in cash. Based on these problems, of course, it can have an impact and influence on improving

marketing performance. With this in mind, the purpose of this study is to propose improvements to product marketing strategies based on the resulting effects. The method used to facilitate data processing in this study is to use the MPE method to provide information on preferred solution strategies that need to be carried out by entrepreneurs of Kre Alang woven fabrics. Based on the objectives, the results obtained based on the priority ranking obtained through MPE analysis found that the marketing alternative for Kre Alang provided by the online media sales system (P5) is the first priority alternative that must be carried out by weavers to improve marketing performance.

Keywords; MPE; Tree Diagram; Location; Marketing Performance; Kre Alang.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi di Indonesia saat ini tidak lepas dari peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). UMKM adalah usaha produktif yang dijalankan oleh perorangan atau kelompok sebagai usaha mikro (Iswanaji, 2021). Kre Alang merupakan kain tenunan khas Sumbawa, yang pusat produksinya berada di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir Kabupaten Sumbawa Besar. Kre Alang ini menjadi salah satu *icon* Daerah Sumbawa Besar yang perlu dilestarikan (Amar dan Mahsun, 2022). Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hermanto (2022) menyatakan bahwa keputusan pelanggan membeli produk tenun Kre Alang dipengaruhi oleh kualitas dan promosi. Selain itu strategi pemasaran tenun Kre Alang dapat ditinjau dari *product, price, place* dan *promotion* (Hermanto, Altarisi, & Utami, 2022).

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa kinerja pemasaran kain tenun Kre Alang belum optimal hal itu dibuktikan dengan adanya keluhan salah satu pelanggan yang dihadapi untuk masalah lokasi pemasaran atau usaha produk Kre Alang berdasarkan hasil wawancara adalah konsumen diharuskan datang sendiri ke lokasi dan pembayaran dilakukan secara tunai, hal ini tentu menyulitkan konsumen dikarenakan harus datang sendiri ke lokasi dan mengeluarkan biaya untuk mendatangi lokasi produksi kain tenun (Kre Alang). Dan permasalahan pada tempat Kre Alang yang belum menyediakan tempat butik agar orang-orang bisa melihat atau memamerkan kain tenun yang sudah menjadi produk jadi. Berdasarkan hal tersebut, maka para pelaku usaha harus mengajukan usulan perbaikan terhadap strategi pemasaran produk berdasarkan pengaruh yang dihasilkan. Untuk memenuhi tujuan tersebut, maka dilakukan pencarian akar masalah dan solusi dari faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran menggunakan *tree* diagram dan untuk memberikan informasi strategi solusi

yang diutamakan yang perlu dilakukan oleh pengusaha kain tenun Kre Alang menggunakan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE). *Tree* diagram atau diagram pohon adalah suatu alat yang digunakan untuk membagi kategori-kategori yang tergolong besar kedalam tingkatan yang lebih kecil atau terperinci (Koibur, 2023). Sedangkan Metode Perbandingan Eksponensial (MPE) merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menentukan urutan prioritas pemilihan keputusan dengan kriteria jamak (Wael, 2023). Diharapkan dengan dilakukannya penelitian ini dapat memberikan dampak yang positif kepada pelaku usaha untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang terbaik, dapat meningkatkan relasi dan keuntungan, serta dapat meraih loyalitas konsumen terhadap produk Kre Alang.

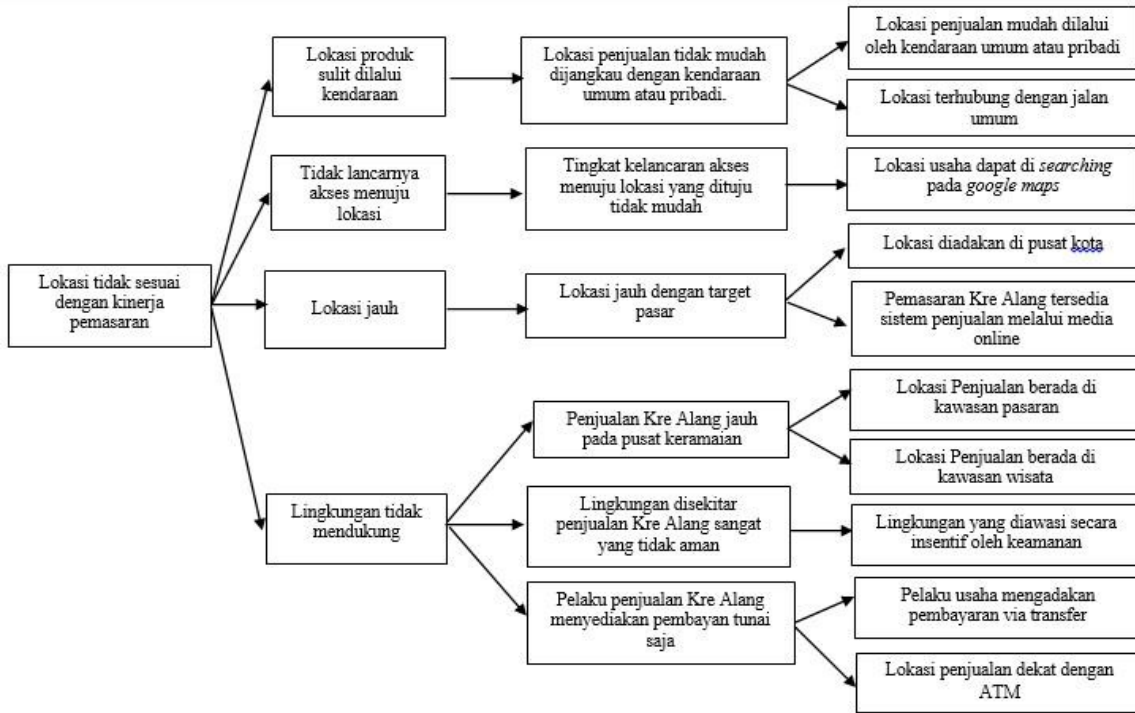
METODOLOGI

Metodologi pada penelitian ini bersifat kuantitatif dimana menguji hipotesis atau menjawab hipotesis mengenai status dari subjek penelitian. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan November 2022 sampai Juni 2023. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah pelanggan tenun Kre Alang, dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 85 orang responden.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis data primer dan data sekunder. Selanjutnya metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode observasi, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data primer peneliti melakukan penyebaran kuesioner langsung kepada pelanggan yang pernah membeli Produk Kre Alang, dengan skala pengukuran menggunakan skala *Likert*. Setelah data primer dikumpulkan maka selanjutnya data yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan *tree* diagram serta melakukan uji validitas dan reabilitas menggunakan SPSS 26, selanjutnya melakukan perengkingan dengan Metode Perbandngan Eskponensial (MPE).

PEMBAHASAN

Pada penelitian di UMKM Kre Alang diperlukan analisis lebih lanjut untuk mengetahui akar permasalahan serta solusi terkait masalah tersebut. Maka disusun *tree diagram* seperti pada Gambar 1



Gambar 1 Tree Diagram Untuk Mencari Solusi

Berdasarkan pada Gambar 1 diatas terdapat 6 akar permasalahan yang muncul dari Variabel Lokasi dan 10 daftar solusi dari lokasi untuk mengatasi Kinerja Pemasaran. Selanjutnya maka disusun kuesioner berdasarkan pada tree diagram kinerja pemasaran yang dapat dilihat pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1 Kuesioner Tree Diagram

No.	Pertanyaan	Skala Likert					
		STSS	TSS	TS	S	SS	SSS
1	Apakah anda setuju lokasi penjualan Kre Alang mudah dilalui oleh kendaraan umum atau pribadi?						
2	Apakah anda setuju lokasi penjualan Kre Alang terhubung dengan jalan umum?						
3	Apakah anda setuju lokasi usaha Kre Alang dapat di searching pada google maps?						
4	Apakah anda setuju lokasi Kre Alang berada pada pusat kota?						

5	Apakah anda setuju pemasaran Kre Alang tersedia sistem penjualan melalui media <i>online</i> ?						
6	Apakah anda setuju lokasi Penjualan Kre Alang berada di kawasan pasar?						
7	Apakah anda setuju penjualan Kre Alang disediakan di kawasan wisata?						
8	Apakah anda setuju lingkungan penjualan Kre Alang yang diawasi secara insentif oleh keamanan?						
9	Apakah anda setuju pelaku usaha mengadakan pembayaran via transfer?						
10	Apakah anda setuju lokasi penjualan dekat dengan ATM ?						

Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner

Berdasarkan pada daftar kuesioner pada tabel 1, dengan menggunakan skala likert 1-6 dengan kriteria likert Sangat Setuju Sekali (SSS) dengan nilai = 6, Sangat Setuju (SS) dengan nilai = 5, Setuju (S) dengan nilai = 4, Tidak Setuju (TS) dengan nilai = 3, Tidak Setuju Sekali (STS) dengan nilai = 2 dan Sangat Tidak Setuju Sekali (STSS) dengan nilai =1 maka adapun hasil uji validitas kuesioner MPE *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling (KMO)* ditunjukkan dalam tabel 2 berikut:

Tabel 2 Uji Validitas Kuesioner

KMO and Bartlett's Test	
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</i>	0.742

Sumber : Pengolahan SPSS, (2023)

Berdasarkan pada tabel 2, maka dapat dilihat nilai uji validitas KMO untuk kuesioner yang akan digunakan didalam MPE memiliki nilai 0.742, nilai tersebut merupakan nilai yang sudah memenuhi kriteria validitas data kuesioner karena nilai tersebut berada diatas 0.50 sehingga kuesioner yang akan digunakan untuk menganalisis MPE dikatan valid. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dapat diandalkan atau tidak seperti pada tabel 3 berikut.

Tabel 3 Uji Reliabilitas Kuesioner

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
-------------------------	-------------------

0.768	10
-------	----

Sumber: Pengolahan SPSS, (2023)

Berdasarkan pada tabel 3 diatas maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* yang dihasilkan adalah sebesar 0.768 yang artinya nilai tersebut sudah melebihi nilai standar reliabilitas kuesioner yaitu 0.5 yang artinya kuesioner dikatakan *reliable* atau dapat diandalkan.

Uji Validitas Dan Reliabilitas Responden

Berdasarkan pada hasil kuesioner yang didapat, maka ditampilkan hasil uji validitas responden MPE seperti dalam tabel 4 berikut.

Tabel 4 Uji Validitas Responden

Indikator	Sig. 2-Tailed	Perbandingan	Kesimpulan
P1	0.000	0.50	Valid
P2	0.000	0.50	Valid
P3	0.000	0.50	Valid
P4	0.000	0.50	Valid
P5	0.000	0.50	Valid
P6	0.000	0.50	Valid
P7	0.000	0.50	Valid
P8	0.000	0.50	Valid

Berdasarkan pada tabel 4 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa jawaban yang diberikan oleh responden terhadap kuesioner MPE dinyatakan valid dikarenakan semua nilai signifikan 2-tailed berada dibawah 0.05. oleh karena itu jawaban responden dapat dijadikan sebagai bahan untuk analisis MPE. Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas data responden MPE yang dapat dilihat pada tabel 5 berikut.

Tabel 5 Uji Reliabilitas Responden

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.740	11

Sumber: Pengolahan SPSS, (2023)

Berdasarkan pada Tabel 5 diatas, maka dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* 0,740 yang artinya berada diatas nilai minimum reliabilitas data yaitu 0.5, sehingga dengan demikian jawaban yang diberikan oleh responden dinyatakan *reliable* atau dapat diandalkan.

Analisis Metode Perbandingan Eksponensial

Berdasarkan pada hasil jawaban responden untuk kuesioner MPE, maka dilakukan analisis Metode Perbandingan Eksponensial (MPE). Bobot yang diberikan dalam analisis ini dengan nilai

yang diperoleh dari hasil wawancara dengan kepala atau kelompok penun Kre Alang mengenai tingkat kepercayaan dalam meningkatkan kinerja pemasaran jika dilihat dari jumlah Kre Alang yang dimiliki atau Kre Alang yang dibeli tersebut.

Selanjutnya dilakukan perhitungan pengerjaan MPE sesuai dengan persamaan seperti contoh perhitungan P1 dibawah ini

$$Total\ Nilai\ (TNi)\ P1 = 6^1 + 5^1 + 6^1 + 4^1 + 6^2 + \dots + 6^1 + 4^2 + 5^1 + 6^1 + 3^1 = 936$$

Tabel 6 Analisis MPE

	Responde n	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	...	R 81	R 82	R 83	R 84	R 85	Alternat4e Skor
	Bobot	1	1	1	1	2	...	1	2	1	1	1	
	P1	6	5	6	4	6	...	6	4	5	6	3	936
	P2	5	4	5	4	3	...	5	4	4	4	5	927
	P3	6	5	5	4	3	...	6	2	3	5	4	905
	P4	5	1	2	2	1	...	6	6	3	4	3	1058
Alternativ e Kriteria	P5	5	3	2	6	5	...	4	5	3	3	3	1124
	P6	6	5	6	4	6	...	6	4	5	6	3	1073
	P7	5	4	5	4	3	...	5	4	4	4	5	1082
	P8	6	5	5	4	3	...	6	2	3	5	4	1099
	P9	5	1	2	2	1	...	6	6	3	4	3	1185
	10	5	3	2	6	5	...	4	5	3	3	3	1104

Berdasarkan pada Tabel 6 diatas, nilai alternatif kriteria P1 memiliki nilai alternatif skor 936, nilai alternatif kriteria P2 memiliki nilai alternatif skor 927, nilai alternatif kriteria P3 memiliki nilai alternatif skor 905, nilai alternatif kriteria P4 memiliki nilai alternatif skor 1058, nilai alternatif kriteria P5 memiliki nilai alternatif skor 1124, nilai alternatif kriteria P6 memiliki nilai alternatif skor 1073, nilai alternatif kriteria P7 memiliki nilai alternatif skor 1082, nilai alternatif kriteria P8 memiliki nilai alternatif skor 1099, nilai alternatif kriteria P9 memiliki nilai alternatif skor 1185 dan nilai alternatif kriteria P10 memiliki nilai alternatif skor 1104. Maka disusun skor alternatif MPE berdasarkan prioritas tertinggi ke terendah seperti pada tabel 8 berikut.

Tabel 8 Alternatif Skor Dan Prioritas MPE

Alternatif	Skor	Prioritas
P1	936	8
P2	927	9
P3	905	10
P4	1058	7
P5	1124	2

P6	1073	6
P7	1082	5
P8	1099	4
P9	1185	1
P10	1104	3

Dari penjelasan di atas dapat diperingkatkan alternatif ke 1 adalah P9, alternatif ke 2 adalah P5, alternatif ke 3 adalah P10, alternatif ke 4 adalah P8, alternatif ke 5 adalah P7, alternatif ke 6 adalah P6, alternatif ke 7 adalah P4, alternatif ke 8 adalah P1, alternatif ke 9 adalah P2 dan alternatif ke 10 adalah P3. Diketahui prioritas alternatif yang dipilih berdasarkan hasil analisis menggunakan MPE beserta dengan tindakan yang diberikan dapat disimpulkan dalam Tabel 9 berikut.

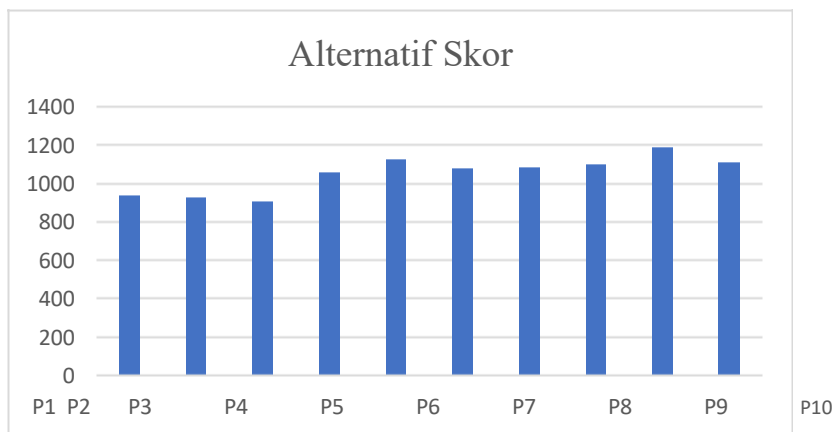
Tabel 9.Kesimpulan Prioritas

Alternatif	Kode	Peringkat
Pelaku Usaha Mengadakan Pembayaran Via Transfer	P9	1
Pemasaran Kre Alang tersedia sistem penjualan melalui media <i>online</i>	P5	2
Lokasi penjualan dekat dengan ATM	P10	3
Lingkungan Penjualan Kre Alang yang diawasi secara insentif oleh keamanan	P8	4
Penjualan Kre Alang disediakan di kawasan wisata	P7	5
Lokasi Penjualan Kre Alang berada di kawasan pasar	P6	6
Lokasi Kre Alang berada pada pusat kota	P4	7
Lokasi Penjualan Kre Alang mudah dilalui oleh kendaraan umum atau pribadi	P1	8
Lokasi Penjualan Kre Alang terhubung dengan jalan umum	P2	9
Lokasi Usaha Kre Alang dapat di searching pada <i>google maps</i>	P3	10

Berdasarkan pada Tabel 9 di atas, maka dilihat berdasarkan peringkat prioritas yang didapatkan melalui analisis MPE didapatkan bahwa alternatif Pemasaran Kre Alang tersedia pelaku usaha mengadakan pembayaran via transfer (P9) menjadi alternatif prioritas pertama yang harus dilakukan oleh penenun untuk memperbaiki kinerja pemasaran.

Analisis MPE terhadap Usulan Perbaikan Kinerja Pemasaran

Hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan SEM, diketahui bahwa variabel lokasi memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja pemasaran kain tenun Kre Alang. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan analisis lebih lanjut mencari akar masalah dan solusi dari faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran menggunakan *tree diagram*. Berdasarkan akar masalah yang dianalisis menggunakan *tree diagram*, diketahui bahwa terdapat empat indikator dalam variabel lokasi yang mempengaruhi kinerja pemasaran, yaitu Kelancaran akses menuju lokasi, Kedekatan lokasi dan Lingkungan. Berdasarkan hal tersebut, dilakukan penentuan akar permasalahan dan solusi dari indikator Kelancaran akses menuju lokasi, Kedekatan lokasi dan Lingkungan seperti yang terdapat pada gambar *tree diagram* Gambar 1. Selanjutnya dilakukan pembobotan berdasarkan solusi yang didapatkan menggunakan MPE. Berikut adalah hasil dari pembobotan yang telah dilakukan pada Gambar 2 berikut.



Gambar 2 Alternatif Prioritas Solusi Melalui MPE

Berdasarkan Gambar 2 diperoleh bahwa solusi untuk meningkatkan variabel lokasi untuk penanggulangan kinerja pemasaran poin tertinggi adalah pelaku usaha mengadakan pembayaran via transfer. Sedangkan solusi dengan poin terendah untuk penanggulangan kinerja pemasaran pada produk Kre Alang adalah Lokasi Usaha Kre Alang dapat di *searching* pada *google maps*, Salah satu fitur paling umum pada situs adalah menampilkan [peta Google](#) yang menandai satu atau beberapa lokasi untuk bisnis, tempat usaha, atau sejumlah entitas lainnya dengan kehadiran fisik dan dapat membantu konsumen dengan cepat serta mempermudah menemukan Lokasi usaha bisnis yang dicari yang dapat membantu pengguna dalam proses pencarian lokasi usaha dalam bentuk

informasi peta, mengetahui jarak tempuh, melihat iklan produk dan dapat melakukan transaksi. (Kotler, 2021).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan MPE, maka didapatkan solusi upaya penanggulangan kinerja pemasaran dengan nilai prioritas yang paling diutamakan yaitu P9. Dengan demikian maka alternatif solusi berdasarkan prioritas yang harus dilakukan oleh penenun Kre Alang paling utama adalah pelaku usaha mengadakan pembayaran via transfer. Sehingga dengan diberikan alternatif tersebut diharapkan dapat meningkatkan kinerja pemasaran Kre Alang di Desa Sameri Kecamatan Moyo Hilir.

DAFTAR PUSTAKA

- Amar, S., Suyasa, I. M., & Mahsun, M. (2022). Strategi Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Kain Tenun Kere'alang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir. *Journal Of Responsible Tourism*, 2(2), 431-442.
- Hermanto, K., Altarisi, S., Firda, S., & Suarantalla, R. (2022). Analysis of factors affecting decisions to purchase Kre Alang products in Sumbawa Regency using structural equation modeling. *Proceedings of the 6th National Conference on Mathematics and Mathematics Education*, 020020(July).
- Hermanto, K., Altarisi, S., & Utami, S. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Tenun Kre Alang Menggunakan Analisis Swot Dan Bauran Pemasaran. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 38–50. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.985>
- Iswanaji, C., Nafi'Hasbi, M. Z., Salekhah, F., & Amin, M. (2021). *Implementasi Analytical Networking Process (Anp) Distribusi Zakat Terhadap Pembangunan Ekonomi Masyarakat Berkelanjutan (Study Kasus Lembaga Baznas Kabupaten Jember Jawa Timur)*. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 4(1), 195-208.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Netrawati, I. G. A., Suastina, I. G. P., & Ali, J. (2019). Hambatan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Lombok Tengah (Studi Kasus Pada Perajin Kain Tenun Tradisional Dusun Sade). *Jurnal Media Bina Ilmiah*, 14(4).
- Prihatini, dkk. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Merk Blackberry Dengan Metode Structural Equation Modeling*. *Jurusan Teknik Industri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*.