

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PRODUKSI PRODUK MADU DENGAN PEMBOBOTAN *FUZZY*  
*ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (FAHP)***

**Dandy Akmal**

**18/431446/TP/12302**

**Abstrak**

Tingginya nilai impor madu dibandingkan dengan nilai ekspor madu di Indonesia mengindikasikan bahwa peluang pasar untuk usaha madu di Indonesia masih sangat besar. Hal itu dikarenakan permintaan madu yang dikonsumsi dalam negeri masih cukup banyak. Pangsa pasar yang luas dan sangat prospektif dalam industri madu inilah yang memunculkan geliat para peternak lebah atau pengusaha madu untuk berkompetisi di bidang ini. Dikarenakan industri madu Beehavior melihat peluang penjualan madu dan juga masih besarnya pangsa pasar madu di Indonesia, saat ini, Industri Beehavior ingin mengembangkan industrinya untuk meningkatkan laba yang diperoleh dengan cara meluncurkan produk baru. Selain itu, latar belakang mengapa industri madu Beehavior berencana untuk meluncurkan produk baru adalah karena persaingan antar industri semakin ketat dimana hal tersebut menuntut industri untuk melakukan cara agar tidak kalah dalam persaingan antar industri. Agar dapat memenangkan pasar, maka industri harus bisa membuat produk sesuai dengan preferensi konsumen. Penelitian ini menggunakan metode *Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP)*. FAHP digunakan untuk menilai preferensi konsumen dalam menentukan kriteria, sub kriteria dan alternatif dari sebuah produk dengan menggabungkan analisis struktur hirarki dan teori *fuzzy*. Penelitian diawali dengan identifikasi dan perumusan masalah, Penyebaran kuesioner pendahuluan, pengujian kuesioner pendahuluan, penyebaran kuesioner persepsi konsumen untuk menentukan kriteria dan sub kriteria, lalu penyusunan hirarki *Analytical Hierarchy Process*. Kriteria produk yang terpilih adalah kekentalan, warna harga, kemasan, tempat pembelian dan rasa. Sub kriteria yang terpilih adalah Desain kemasan menarik, Dilengkapi dengan merk, Dilengkapi dengan informasi tabel, Akses mudah dijangkau dan Tempat penjualan mudah dilihat dari sisi jalan. Setelah itu dilanjutkan dengan penyebaran kuesioner AHP, uji konsistensi, *fuzzifikasi*, dan *defuzzifikasi*. Hasil yang didapat adalah kriteria yang dipertimbangkan konsumen ketika membeli produk madu adalah kriteria rasa dan alternatif produk yang disukai oleh konsumen adalah madu akasia yang menjadi prioritas pilihan pertama konsumen dan madu karet yang menjadi prioritas pilihan kedua konsumen

Kata kunci : Preferensi Konsumen, Atribut produk, *Fuzzy Analytical Hierarchy Process*

**CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS OF HONEY PRODUCT  
PRODUCTION DECISION WITH FUZZY ANALYTICAL HIERARCHY  
PROCESS (FAHP) WEIGHTING**

*Arranged by:*

**Dandy Akmal**  
**18/431446/TP/12302**

***Abstract***

*The high value of honey imports compared to the value of honey exports in Indonesia indicates that the market opportunity for honey business in Indonesia is still very large. This is because the demand for honey consumed domestically is still quite a lot. This broad and very prospective market share in the honey industry is what has led beekeepers or honey entrepreneurs to compete in this field. Due to the Beehavior honey industry seeing the opportunity to sell honey and also seeing the large market share of honey in Indonesia, at this time, Beehavior Industry wants to develop its industry to increase profits by launching new products. In addition, the background why the Beehavior honey industry plans to launch a new product is because the competition between industries is getting tougher which requires the industry to take steps so as not to lose in the competition between industries. In order to win the market, the industry must be able to make products according to consumer preferences. This research uses the Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method. FAHP is used to assess consumer preferences in determining criteria, sub-criteria and alternatives of a product by combining hierarchical structure analysis and fuzzy theory. The research begins with the identification and formulation of the problem, distributing the preliminary questionnaire, testing the preliminary questionnaire, distributing the consumer perception questionnaire to determine the criteria and sub-criteria, then compiling the Analytical Hierarchy Process hierarchy. The criteria for the selected product were viscosity, price, color, packaging, place of purchase and taste. The selected sub-criteria are attractive packaging design, equipped with brand, equipped with table information, easy access to reach and easy to see from the side of the road. After that, it was continued with the distribution of the AHP questionnaire, consistency test, fuzzification, and defuzzification. The results obtained are the criteria that consumers consider when buying honey products are taste criteria and alternative products that are preferred by consumers are Acacia honey which is the consumer's first choice priority and Rubber honey which is the consumer's second choice priority.*

**Keywords :** *consumer preference, product attributes, Fuzzy Analytical Hierarchy Process*