

**ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP PRODUK TEMPE
OLAHAN DALAM KEMASAN KALENG MENGGUNAKAN *FUZZY*
ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (FAHP)**

Disusun oleh:
Umi Kartika Dini
17/410543/TP/11829

Intisari

Tempe merupakan olahan dari fermentasi kedelai yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Tempe yang saat ini beredar di pasar memiliki kekurangan yaitu umur simpannya yang pendek, sehingga tidak dapat disimpan terlalu lama dan harus segera dikonsumsi. Penggunaan kemasan kaleng pada tempe merupakan salah satu upaya produsen untuk memperpanjang umur simpan produk tempe. Dalam pengembangan produk tempe olahan dalam kemasan kaleng perlu diketahui preferensi konsumen terhadap atribut produknya. Atribut-atribut tersebut dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun atribut produk berdasarkan preferensi konsumen dalam memilih produk tempe olahan dalam kemasan kaleng, menentukan prioritas dari masing-masing atribut produk berdasarkan preferensi konsumen, dan menyusun alternatif pilihan yang mewakili preferensi konsumen terhadap tempe olahan dalam kemasan kaleng Attempe. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Fuzzy Analytical Hierarchy Process* (FAHP). Metode *Fuzzy Analytical Hierarchy Process* (FAHP) digunakan untuk menentukan pilihan suatu alternatif dan penyesuaian masalah dengan menggabungkan analisis struktur hirarki dan teori *fuzzy*. Penelitian ini diawali dengan penyebaran kuesioner persepsi konsumen untuk menentukan kriteria dan sub kriteria pada struktur hirarki. Atribut produk yang terpilih yaitu kemasan, aroma, tekstur, rasa, ukuran, harga, dan kandungan gizi. Pada atribut kemasan terdapat 6 sub kriteria yaitu dilengkapi dengan pembuka tutup kaleng, dilengkapi dengan label merk, dilengkapi dengan label nilai gizi, dilengkapi dengan komposisi produk, dilengkapi dengan tanggal kadaluwarsa, dan dilengkapi dengan saran penyajian. Pada atribut kandungan gizi terdapat 4 sub kriteria, yaitu memiliki protein yang tinggi, memiliki karbohidrat yang tinggi, memiliki serat yang tinggi, dan memiliki Vit B12 yang tinggi. Setelah terpilih kriteria dan sub kriteria tersebut, selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner AHP, pengujian konsistensi, *fuzzifikasi*, dan *defuzzifikasi*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atribut produk yang memengaruhi konsumen dalam pembelian produk tempe olahan dalam kemasan kaleng adalah rasa. Untuk varian dari tempe olahan dalam kemasan kaleng yang menjadi prioritas konsumen dalam pembelian adalah varian rendang.

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

CONSUMER PREFERENCE ANALYSIS OF PROCESSED TEMPE PRODUCTS IN CAN PACKING USING FUZZY ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS (FAHP)

Arranged by:
Umi Kartika Dini
17/410543/TP/11829

Abstract

Tempe is a processed food from fermented soybean which is favored by Indonesian people. Tempe which is currently on the market has a short shelf life, so it can't be saved for a long time and must be consumed immediately. The utilization of canned packaging in tempe is one of the producers' efforts to extend the shelf life of tempe products. In the development of processed tempe products in cans, it is necessary to know consumer preferences for product attributes. These attributes can be used as considerations in consumer decision making. This research aims to compile product attributes based on consumer preferences in choosing processed tempe products in cans, determine the priority of each product attribute based on consumer preferences, and develop alternative choices that represent consumer preferences for processed tempeh in cans. The method used in this research is Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP). The Fuzzy Analytical Hierarchy Process (FAHP) method is used to determine the choice of an alternative and adjust the problem by combining hierarchical structure analysis and fuzzy theory. This study begins with the distribution of consumer perception questionnaires to determine the criteria and sub-criteria in the hierarchical structure. The selected product attributes are packaging, aroma, texture, taste, size, price, and nutritional content. In the packaging attribute, there are 6 sub-criteria, namely equipped with a can opener, equipped with a brand label, equipped with a nutritional value label, equipped with product composition, equipped with an expiration date, and equipped with serving suggestions. In the nutritional content attribute, there are 4 sub-criteria, namely having high protein, having high carbohydrates, having high fiber, and having high Vit B12. After selecting the criteria and sub-criteria, then the AHP questionnaire was distributed, consistency testing, fuzzification, and defuzzification were carried out. The results of this research indicate that the product attribute that influences consumers in purchasing processed tempe products in cans is taste. For the variant of processed tempe in cans, the priority for consumers in purchasing is the rendang variant.

Keywords: Canned tempeh, consumer preferences, product attributes, Fuzzy Analytical Hierarchy Process