Strategi Penetapan Harga Produk Baru Minuman Probiotik Fermentasi Whey Dengan Dukungan Metode
Analytic Hierarchy Process
Audrey Annafi Putri Dewanti, Dr. Darmawan Ari Nugroho, S.T.P., M.P.; Dr. Ir. Dyah Ismoyowati, M. Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

STRATEGI PENETAPAN HARGA PRODUK BARU MINUMAN PROBIOTIK FERMENTASI *WHEY* DENGAN DUKUNGAN METODE *ANALYTIC HIERARCHY PROCESS*

INTISARI

Oleh:

AUDREY ANNAFI PUTRI DEWANTI
22/503250/TP/13581

Meningkatnya kesadaran masyarakat Indonesia terhadap pola hidup sehat pasca pandemi COVID-19 mendorong pertumbuhan permintaan terhadap produk pangan fungsional, termasuk minuman probiotik fermentasi. *Oh My Whey* merupakan minuman probiotik fermentasi berbasis whey hasil samping pengolahan keju halloumi yang dikembangkan oleh PSPG UGM bekerja sama dengan PT Mazaraat Lokanatura Indonesia sebagai produk pelopor whey pertama di Indonesia. Sebagai produk baru yang akan dikomersialisasikan, penentuan strategi penetapan harga yang tepat menjadi tantangan krusial mengingat kondisi pasar, kondisi persaingan, serta risiko finansial akibat kesalahan penetapan harga. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi subkriteria yang memengaruhi pengambilan keputusan harga, menentukan prioritas alternatif strategi penetapan harga, dan menyusun rekomendasi harga serta strategi bisnis *Oh My Whey* menggunakan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP). Data sekunder (literatur) digunakan untuk menyusun struktur hirarki awal. Data primer diperoleh melalui wawancara terarah kepada 4 ahli. Definisi yang memperoleh persetujuan dari minimal tiga ahli digunakan dalam penelitian, sedangkan definisi yang belum memperoleh persetujuan tersebut disesuaikan berdasarkan masukan para ahli, dilanjutkan kuesioner perangkingan kepada 15 pakar menggunakan metode *Borda Count* untuk mereduksi 9 menjadi 5 subkriteria faktor penentu strategi penetapan harga berupa tingkat diferensiasi produk, biaya yang ditanggung pelanggan, biaya pengembangan pasar, tingkat permintaan pasar, dan peran perantara dalam rantai pasok sehingga menghasilkan struktur hirarki final, kemudian kuesioner perbandingan berpasangan diberikan kepada pemangku kepentingan internal PSPG UGM dan PT Mazaraat Lokanatura Indonesia. Hasil analisis AHP menunjukkan bahwa strategi penetapan harga yang paling diprioritaskan untuk produk Oh My Whey adalah strategi harga berbasis kurva pengalaman, dengan rekomendasi kisaran harga jual Rp6.000,00–Rp8.000,00 per pouch 50 mL.

Kata kunci: *Analytic hierarchy process*, *borda count*, minuman probiotik fermentasi, penetapan harga produk baru, *whey*

Strategi Penetapan Harga Produk Baru Minuman Probiotik Fermentasi Whey Dengan Dukungan Metode
Analytic Hierarchy Process
Audrey Annafi Putri Dewanti, Dr. Darmawan Ari Nugroho, S.T.P., M.P.; Dr. Ir. Dyah Ismoyowati, M. Sc.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

PRICING STRATEGY FOR A NEW FERMENTED WHEY PROBIOTIC DRINK USING THE ANALYTIC HIERARCHY PROCESS

ABSTRACT

By:

AUDREY ANNAFI PUTRI DEWANTI
22/503250/TP/13581

Growing awareness among Indonesians of healthy lifestyles following the COVID-19 pandemic has increased demand for functional food products, including fermented probiotic beverages. Oh My Whey is a fermented probiotic beverage made from whey, a byproduct of halloumi cheese production, developed by PSPG UGM in collaboration with PT Mazaraat Lokanatura Indonesia as Indonesia's first whey-based product. As a new product to be commercialized, determining an appropriate pricing strategy is crucial given market conditions, competition, and the financial risks of pricing errors. This study aims to identify the subcriteria influencing pricing decisions, determine the priority of alternative pricing strategies, and determine pricing recommendations and business strategies for Oh My Whey using the Analytic Hierarchy Process (AHP) method. Secondary data were used to develop an initial hierarchical structure, while primary data were obtained through structured interviews with four experts. Definitions approved by at least three experts were adopted, while those lacking approval were revised based on expert input. A ranking questionnaire was then administered to 15 experts using the Borda Count method to reduce nine subcriteria to five determinants of pricing strategy: product differentiation level, customer-borne costs, market development costs, market demand level, and the role of intermediaries in the supply chain, yielding the final hierarchy. A pairwise comparison questionnaire was administered to internal stakeholders at PSPG UGM and PT Mazaraat Lokanatura Indonesia. AHP analysis results indicate the best pricing strategy for Oh My Whey is experience curve-based pricing, with a recommended selling price of Rp6,000.00-Rp8,000.00 per 50 mL pouch.

Keywords: Analytic hierarchy process, borda count, fermented probiotic beverages, new product pricing, whey