

INTISARI

Berkembangnya teknologi digital memunculkan sistem bisnis berbasis *online* salah satunya *platform marketplace*. *Marketplace* juga saat ini banyak berkembang dan diminati oleh para pelaku usaha yang bergerak di sektor pertanian. Preferensi konsumen terhadap *platform marketplace* dapat mempengaruhi konsumen lainnya sehingga tertarik menggunakan media belanja online tersebut. *Platform marketplace* membutuhkan atribut penyusun yang sesuai sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen untuk menggunakannya. Setiap *platform marketplace* yang ada terlihat memiliki atribut penyusun yang cukup kompleks. Saat ini *platform marketplace* belum memiliki prioritas atribut yang dapat dijadikan acuan berdasarkan preferensi konsumen.

Tujuan penelitian ini adalah menentukan prioritas atribut pada *platform marketplace* berdasarkan preferensi konsumen. Digunakan metode *Analytical Hierarchy Process (AHP)* untuk menentukan prioritas atribut tersebut. Pengumpulan data untuk analisis AHP dilakukan dengan menyebarkan kuisioner online menggunakan teknik *purposive random sampling* dengan syarat responden pernah menggunakan *platform marketplace*. Didapatkan responden sejumlah 169 orang dari target minimal sebanyak 100 responden

Perhitungan data responden dengan metode AHP menghasilkan prioritas faktor secara berurutan berupa, proses berbelanja, keamanan dan pelayanan data, produk yang ditawarkan, dan desain aplikasi. Sedangkan prioritas atribut dihasilkan secara berurutan yaitu, pencarian produk, pengaturan lokasi, perlindungan data, kemudahan pembayaran, garansi produk, kualitas produk, pencarian toko, harga produk, mudah dioperasikan, variasi produk, dan terakhir adalah atribut tampilan menarik. Atribut prioritas pertama yaitu pencarian produk merupakan atribut yang dapat ditemukan pada 10 *marketplace* terbaik di Indonesia.

Kata kunci: preferensi konsumen, *platform marketplace*, *Analytic Hierarchy Process (AHP)*

ABSTRAK

The development of digital technology has led to an online-based business system, one of which is the platform marketplace. The marketplace is also currently developing and is in demand by businesses engaged in the agricultural sector. Consumer preference for the platform marketplace can affect other consumers so that they are interested in using the online shopping media. The platform marketplace requires appropriate constituent attributes so that it can be a special attraction for consumers to use it. Every existing platform marketplace seems to have quite complex constituent attributes. Currently the platform marketplace does not have priority attributes that can be used as references based on consumer preferences.

The purpose of this study is to determine the priority of attributes on the platform marketplace based on consumer preferences. The Analytical Hierarchy Process (AHP) method is used to determine the priority of the attribute. Data collection for AHP analysis is done by spreading an online questionnaire using a purposive random sampling technique with the condition that respondents have used the platform marketplace. There were 169 respondents from the target of at least 100 respondents

Calculation of respondent data with the AHP method produces priority factors sequentially in the form of shopping, data security and service, products offered, and application design. While priority attributes are generated sequentially namely, product search, location settings, data protection, ease of payment, product warranty, product quality, shop search, product price, easy operation, product variety, and finally, attractive display attributes. The first priority attribute namely product search, is an attribute that can be found in the 10 best marketplaces in Indonesia.

Keywords: consumer preferences, platform marketplace, Analytic Hierarchy Process (AHP)