

Intisari

ANALISIS ATRIBUT PREFERENSI KONSUMEN NILA *CRISPY* NGIKANDENGAN METODE *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Ikan merupakan salah satu komoditas yang potensial di Indonesia. Hal tersebut karena ikan mempunyai kandungan gizi yang tinggi dan nilai produksinya yang melimpah. Salah satu kelemahan dari produk perikanan yakni sifatnya yang *perisable* atau mudah rusak sehingga perlu dilakukan proses pengolahan lebih lanjut untuk menjaga kualitasnya. Salah satu cara untuk menjaga kualitas produk perikanan dan meningkatkan nilai tambahnya yakni dengan cara diversifikasi produk. Dewasa ini muncul tren bisnis kuliner dengan bahan baku ikan, salah satunya yakni bisnis nila *crispy* Ngikan yang sudah tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, salah satunya di Yogyakarta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen terhadap produk nila *crispy* Ngikan di Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Analitycal Hierarchy Process*. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa proses produksi di outlet Ngikan dilakukan dengan sederhana yakni pembuatan adonan tepung, proses penepungan ikan nila, proses penggorengan, dan proses pembuatan sambal, selain itu hasil penelitian ini juga didapatkan urutan dari prioritas atribut dan sub-atribut pilihan konsumen dalam memilih produk nila *crispy* Ngikan adalah atribut rasa dengan sub atribut gurih asin (68,5%), harga dengan sub atribut murah (65,5%), kemudahan mendapatkan dengan sub atribut jarak outlet dekat (66,2%), dan penampilan dengan sub atribut penuh garnish (61,3%).

Kata kunci: *analytical hierachy process*, atribut, nila *crispy*, ngikan, preferensi.

Abstract

**CONSUMER PREFERENCE ATTRIBUTES ANALYSIS OF TILAPIA CRISPY
NGIKAN WITH THE ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS METHOD IN THE
SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA**

Fish is one of the potential commodities in Indonesia. This is because fish has a high nutritional content and abundant production value. One of the weaknesses of fishery products is that they are durable or easily damage, so further processing is needed to maintain the quality of the product. One way to maintain the quality of fishery products and increase the value is by ensuring the product. Nowadays, a culinary business trend appears with fish raw materials. One of them is the Ngikan crispy tilapia business which is spread in several big cities in Indonesia, one of the branch is in Yogyakarta. This study aims to determine consumer preferences for Ngikan crispy tilapia products in Yogyakarta. The method used in this research is the Analytical Hierarchy Process method. Data were collected by distributing questionnaires to 100 respondents. Based on the result of this study, it is known that the production process at the Ngikan outlet is carried out in a simple way, namely flour dough making, tilapia flour processing, frying process, and chili making process. Choosing the Ngikan crispy tilapia products is the taste attribute with the savory salty sub attribute (68.5%), the price with the cheap sub attribute (65.5%), the ease of getting the close outlet distance sub attribute (66.2%), and appearance with the sub attribute garnish (61.3%).

Keywords: analytical hierarchyprocess, attributes, crispy tilapia, ngikan, preferences