

ELVANIA AIDA DEVY SABILAH, NPM 210331100097. Penentuan Saluran Pemasaran Menggunakan Metode *Fuzzy AHP* Dan TOPSIS (Studi Kasus: Penjualan *Fried Chicken*). Dibawah Bimbingan R. Arief Firmansyah, S.TP., M.Si. dan Cahyo Indarto, S.TP.,M.P.,Ph.D

ABSTRAK

Fried chicken merupakan salah satu jenis makanan cepat saji yang sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat. Penjualan ayam goreng meningkat secara signifikan. Seiring bertambahnya jumlah pengusaha dalam bisnis ini, muncul permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran. Salah satu permasalahan utamanya adalah pemilihan saluran pemasaran yang kurang efektif. Pemilihan saluran pemasaran yang tepat merupakan faktor kunci dalam keberhasilan suatu perusahaan, termasuk dalam sektor makanan cepat saji seperti produk *fried chicken*. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi kriteria penting dalam pemilihan saluran pemasaran untuk produk *fried chicken* dengan menggunakan metode *Fuzzy AHP* dan menentukan saluran pemasaran berdasarkan hasil analisis menggunakan TOPSIS. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner tertutup kepada 5 pakar untuk menentukan bobot kriteria dan sub-kriteria yang relevan. Selanjutnya, metode TOPSIS diterapkan dengan menggunakan data yang diperoleh dari 32 pengusaha *fried chicken*. Pengolahan data menggunakan metode *Fuzzy AHP* dilakukan dengan hanya melibatkan 3 pakar yang memenuhi nilai konsistensi kurang dari 0,1. Nilai konsistensi digunakan untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil dari proses analisis. Berdasarkan metode *Fuzzy AHP* diperoleh bobot kriteria dan sub-kriteria tertinggi 1 dan 2 terdapat pada kriteria kepercayaan konsumen pada testimoni/review pelanggan dengan bobot sebesar 1,15 pada sub-kriteria kenyamanan konsumen pada pengalaman pengguna dengan bobot sebesar 0,36. Hasil perhitungan menggunakan metode TOPSIS diperoleh alternatif terbaik yaitu layanan pemesanan menduduki ranking 1 dengan nilai preferensi 0,739. Sehingga, layanan pemesanan bisa menjadi alternatif untuk para pengusaha *fried chicken* dalam meningkatkan penjualan.

Kata Kunci: *Fuzzy AHP*, *Fried Chicken*, Saluran Pemasaran, TOPSIS

ELVANIA AIDA DEVY SABILAH, NPM 210331100097. *Determination of marketing channels using the Fuzzy AHP and TOPSIS methods (Case Study: Fried Chicken Sales).* Under guidance R. Arief Firmansyah, S.TP., M.Si. dan Cahyo Indarto, S.TP.,M.P.,Ph.D

ABSTRACT

Fried chicken is a type of fast food that is very popular with various groups of people. Sales of fried chicken increased significantly. As the number of entrepreneurs in this business increases, problems related to marketing arise. One of the main problems is the selection of marketing channels that are not effective. Choosing the right marketing channel is a key factor in the success of a company, including in the fast food sector such as fried chicken products. The purpose of this study is to identify important criteria in the selection of marketing channels for fried chicken products using the Fuzzy AHP methods and determine marketing channels based on the results of the analysis using TOPSIS. Data collection in this study was carried out through the distribution of a closed questionnaire to 5 experts to determine the weight of the relevant criteria and sub-criteria. Furthermore, the TOPSIS method was applied using data obtained from 32 fried chicken entrepreneurs. Data processing using the Fuzzy AHP method was carried out by involving only 3 experts who met a consistency value of less than 0.1. The consistency value is used to ensure the accuracy and validity of the results of the analysis process. Based on the Fuzzy AHP method, the highest criteria weights and sub-criteria 1 and 2 are found in the consumer trust criterion in customer testimonials/reviews with a weight of 1.15 in the consumer comfort sub-criterion on user experience with a weight of 0.36. The results of the calculation using the TOPSIS method obtained the best alternative, namely the ordering service ranked 1st with a preference value of 0.739. So, the ordering service can be an alternative for fried chicken entrepreneurs in increasing sales.

Keywords: Fuzzy AHP, Fried Chicken, Marketing Channels, TOPSIS