

RINGKASAN

Banyumas merupakan salah satu kabupaten yang memiliki hasil produk pertanian yang berlimpah. Salah satu produk yang diunggulkan adalah gula kelapa. Potensi produk gula kelapa di Kabupaten Banyumas sangat tinggi dan perlu dikembangkan. Pengembangan produk gula kelapa sangat beragam salah satunya adalah fortifikasi. Seperti yang dilakukan oleh agroindustri CV. Gendis yang memanfaatkan peluang melimpahnya produk gula kelapa di Kabupaten Banyumas dengan melakukan fortifikasi iodium pada gula kelapa kristal dan menghasilkan produk gula kelapa kristal beriodium dengan merek dagang “Gendis”. Meski sudah berjalan dari 2017, CV. Gendis masih memiliki beberapa kendala seperti pada pemilihan pemasok bahan baku dan tempat pemasaran produk Gendis. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi serta menganalisis kriteria dan urutan prioritas dalam pemilihan pemasok gula kelapa kristal dan juga pemilihan prioritas tempat pemasaran produk. Penelitian dilakukan menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP).

Penelitian dilaksanakan di Kampus Teknologi Pertanian, Laboratorium Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Jenderal Soedirman dan di sekitar daerah Banyumas, selama empat bulan yaitu pada bulan Desember 2020 – Maret 2021. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan metode *non probability sampling* dengan Teknik *purposive sampling*, dan *snowball sampling*. Responden terbagi menjadi dua, untuk responden pemilihan pemasok gula kelapa adalah karyawan dan manajemen CV. Gendis yang berjumlah 6 orang. Kemudian untuk responden pemilihan prioritas tempat pemasaran produk Gendis adalah konsumen dan *potential market* dari gula kelapa kristal beriodium yang berjumlah 100 orang.

Hasil penelitian menunjukkan untuk pemilihan pemasok gula kelapa kristal diperoleh urutan prioritas kriteria yang berpengaruh yaitu kualitas, harga, fleksibilitas, layanan, dan pengiriman. Pada pemilihan prioritas tempat pemasaran produk Gendis didapatkan urutan prioritas kriteria yang berpengaruh, yaitu ketersediaan produk, harga, layanan, dan akses. Dalam pemilihan pemasok gula kelapa, terdapat tiga alternatif pemasok yaitu pemasok x, pemasok y, dan pemasok z. Hasil dari pengambilan keputusan untuk pemilihan pemasok gula kelapa kristal didapatkan bahwa pemasok x menjadi pemasok dengan bobot yang paling tinggi. Hasil pengambilan keputusan pemilihan urutan prioritas tempat pemasaran produk yaitu *offline store*, *e-commerce*, kerjasama dengan lembaga, dan toko oleh-oleh.

SUMMARY

Banyumas is one of the districts that has abundant agricultural products. One of the superior products is coconut sugar. The potential of coconut sugar products in the Banyumas Regency is very high and needs to be developed. The development of coconut sugar products is very diverse, one of which is fortification. As done by agroindustry CV. Gendis is taking advantage of the abundance of coconut sugar products in Banyumas Regency by fortifying iodine on crystal coconut sugar and producing iodized crystal coconut sugar with the trademark "Gendis". Although it has been running since 2017, CV. Gendis still has several obstacles, such as the selection of raw material suppliers and where to market Gendis products. This study aims to identify and analyze criteria and order of priorities in the selection of suppliers of crystal coconut sugar and the selection of priority places for product marketing. The research was conducted using the Analytical Hierarchy Process (AHP) method.

The research was carried out at the Agricultural Technology Campus, Agricultural Technology Laboratory, Faculty of Agriculture, Jenderal Sudirman University, and around the Banyumas area for four months, namely December 2020 - March 2021. Data collection was carried out using a non-probability sampling method with purposive sampling technique, and snowball sampling. Respondents are divided into two, for respondents the selection of coconut sugar suppliers is employees and management of CV. Gendis totaling 6 people. Then for respondents, the priority selection of Gendis product marketing places is 100 people and the potential market for iodized crystal coconut sugar.

The results showed that for the selection of crystal coconut sugar suppliers, the priority order of influential criteria was obtained, namely quality, price, flexibility, service, and delivery. In the selection of priority places for marketing Gendis products, the priority order of influential criteria is obtained, namely product availability, price, service, and access. There are three alternative suppliers in the selection of coconut sugar suppliers, namely supplier x, supplier y, and supplier z. The results of the decision-making for the selection of crystal coconut sugar suppliers found that supplier x became the supplier with the highest weight. The results of the decision-making in choosing the priority order of product marketing places are offline stores, e-commerce, collaboration with institutions, and gift shops.