

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi di Indonesia didukung oleh meningkatnya keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya di berbagai kota-kota besar. Namun, karena pertumbuhan semakin besar, tantangan dalam persaingan juga semakin besar bagi beberapa UMKM, khususnya UMKM yang berada di wilayah kota Bandung yang meningkat hingga 180.000 usaha baru di tahun 2022. *Brand XYZ* merupakan UMKM *fashion* asal Kota Bandung yang berdiri pada tahun 2008 dan mengawali usahanya dengan menjual produk aksesoris *handmade* dan berkembang menjual produk alas kaki. Pada tahun 2022 *Brand XYZ* mengalami penurunan pendapatan terutama pada tiga bulan terakhir yang disebabkan oleh adanya ketidakcocokan dengan preferensi konsumen pada produk sepatu. Tugas akhir ini menggunakan metode *Conjoint Analysis* untuk mengidentifikasi atribut dan level atribut produk sepatu yang sesuai dengan preferensi konsumen. Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui atribut yang memiliki kesamaan antara kondisi eksisting dengan preferensi konsumen adalah atribut model kerah sepatu *low top* dan *high top*, fitur tali, dan bahan *outsole thermo plastic rubber*. Lalu atribut yang berbeda antara kondisi eksisting dengan preferensi konsumen adalah atribut ketebalan sol < 3 cm, atribut detail logo *brand*, atribut bentuk sepatu *wide*, dan atribut bahan *upper canvas*. Sehingga diperoleh rekomendasi akhir untuk rancangan perbaikan atribut produk sepatu *Brand XYZ*, yakni dengan meningkatkan jumlah produk sepatu yang menggunakan model kerah *low top* dan *high top*, sepatu yang menggunakan fitur tali, sepatu dengan ketebalan sol < 3 cm, sepatu dengan bahan *outsole thermos plastic rubber*, menambahkan logo *Brand XYZ* pada sepatu, menyediakan sepatu bentuk *wide* dengan menambahkan variasi bentuk *wide* pada sepatu, dan merilis sepatu dengan bahan *upper canvas*.

Kata kunci: *Atribut Produk, Preferensi Konsumen, Conjoint Analysis, Stimuli, Sepatu*