

ABSTRAK

Dalam upaya mendapatkan respon yang baik dari pasar, UMKM perlu memperhatikan keinginan dan kebutuhan konsumen. Apabila suatu produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, maka akan menimbulkan kelemahan bagi suatu produk. Adanya keluhan konsumen terhadap kelemahan suatu produk akan berdampak pada penjualan yang menurun, seperti yang dialami oleh Worckhome Co. Worckhome Co. merupakan salah satu UMKM *fashion* celana denim di Kabupaten Bandung. Permasalahan yang dihadapi UMKM ini adalah penurunan penjualan pada tahun 2023. Ditemukan beberapa keluhan dari pelanggan yang berasal dari ulasan Shopee dan wawancara pendahuluan dengan pelanggannya. Keluhan tersebut antara lain kurangnya variasi pada *fitting*, warna, ketebalan denim, bahan, model celana denim, ketidaksesuaian ukuran celana pada tubuh, dan jahitan kancing celana yang kurang kuat. Dari beberapa keluhan tersebut, terpilih lima atribut yang akan diuji yaitu *fitting*, warna, ketebalan denim, bahan, dan model. Sementara pada atribut ukuran dan jahitan tidak terpilih untuk diuji, karena pihak UMKM ini telah mengambil tindakan terhadap keluhan pada kedua atribut tersebut.

Pada penelitian ini, terdapat lima atribut dan 13 level atribut yang akan diuji. Pada atribut *fitting* terdapat tiga level atribut yaitu *slim fit*, *straight fit*, dan *regular fit*. Pada atribut warna terdapat tiga level atribut yaitu atribut *black*, *dark blue*, dan *light blue*. Pada atribut ketebalan denim terdapat tiga level atribut yaitu 9 – 12 (ringan dan lentur), 13 – 16 oz (sedang), dan >16 oz (berat dan kaku). Pada atribut model terdapat dua level atribut yaitu *basic* dan *bootcut cutbray*. Pada atribut bahan terdapat dua level atribut yaitu *raw* denim (kasar) dan *washed* denim (halus).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menghasilkan rekomendasi perancangan perbaikan pada atribut dan level atribut berdasarkan preferensi konsumen terhadap produk celana denim Worckhome Co. agar lebih disukai oleh konsumen. Metode yang digunakan adalah metode *conjoint analysis* dengan pendekatan *full profile*. Pada penelitian ini, didapatkan jumlah *stimuli* sebanyak 16 stimuli yang akan diuji. Adapun penelitian ini dilakukan melalui survei berupa

kuesioner secara *online*. Kuesioner penelitian ini berisi pertanyaan terkait penilaian responden dengan skala *likert* 1 sampai 4 terhadap 16 *stimuli* yang terdapat pada *plan card*. Penelitian ini menggunakan sampel yang berjumlah 160 responden dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. Dengan demikian, sampel penelitian adalah pelanggan Worckhome Co. yang berjenis kelamin laki-laki.

Hasil penelitian menghasilkan atribut preferensi konsumen terhadap produk celana denim Worckhome Co. Hasil preferensi konsumen pada atribut bahan yaitu *washed* denim (halus). Sementara, hasil preferensi konsumen pada atribut ketebalan denim yaitu >16 oz (berat dan kaku) dan 13 – 16 oz (sedang). Kemudian, hasil preferensi konsumen pada atribut *fitting* adalah *straight fit* dan *regular fit*, sementara hasil preferensi konsumen terhadap atribut model yaitu *bootcut cutbray*. Terakhir, hasil preferensi konsumen terhadap atribut warna yaitu *light blue* dan *dark blue*. Hasil penelitian juga menunjukkan tingkat kepentingan atribut terhadap preferensi konsumen ketika membeli celana denim dengan tingkat kepentingan tertinggi yaitu *fitting*, diikuti dengan atribut warna, ketebalan denim, bahan, dan model.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ditemukan perbedaan antara atribut celana denim eksisting dengan atribut preferensi konsumen. Adanya atribut preferensi konsumen yang belum terpenuhi mengharuskan Worckhome Co. melakukan penambahan pada variasi *fitting regular fit*, variasi warna *light blue*, variasi ketebalan denim >16 oz (berat dan kaku), variasi bahan *washed* denim (halus), dan variasi model *bootcut cutbray*. Hasil penelitian ini mampu memberikan rekomendasi perancangan dengan elemen sistem terintegrasi lainnya agar dalam implementasinya menghasilkan dampak yang positif terhadap penjualan celana denim Worckhome Co.

Kata kunci: **Atribut Produk, Preferensi Konsumen, Conjoint Analysis, Fashion**