

ABSTRAK

Ems Daster merupakan *brand* lokal asal Banyuwangi yang didirikan oleh Eka Mery Susanti dan telah berdiri sejak tahun 2020. Ems Daster merupakan salah satu *brand* lokal di industri fashion yang menawarkan beberapa produk seperti daster, gaun, celana pendek, dan setelan. Di antara produk-produk tersebut, gaun menjadi produk unggulan. Namun, penjualan gaun cenderung fluktuatif karena persaingan dengan kompetitor yang memiliki produk serupa. Salah satu masalah yang dihadapi oleh Ems Daster adalah kesulitan dalam mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Beberapa faktor yang menyebabkan hal ini antara lain minimnya variasi produk, *market share* yang rendah dibandingkan dengan kompetitor, kurang optimalnya kinerja *platform e-commerce* seperti Shopee, TikTok Shop serta kekurangan variasi model, kualitas jahitan, bahan, warna, dan motif pada produk. Dari permasalahan yang diidentifikasi, diperlukan pertimbangan atas preferensi konsumen agar dapat meningkatkan penjualan produk, terutama dalam hal perancangan pada produk gaun agar memiliki daya tarik yang lebih tinggi dan dapat mencapai target penjualan yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, rumusan masalah yang tepat dalam konteks ini adalah bagaimana merancang rekomendasi produk gaun Ems Daster berdasarkan atribut preferensi konsumen dengan menggunakan metode *conjoint analysis*.

Penelitian ini menggunakan metode *conjoint analysis* dengan tujuan untuk mengidentifikasi atribut produk yang paling kuat, yang akan menjadi standar dalam pembuatan produk gaun yang sesuai dengan preferensi konsumen serta mampu bersaing dengan produk sejenis dari kompetitor lainnya. Atribut yang digunakan dalam penelitian ini meliputi bahan, warna, model, kualitas jahitan, dan motif. Penelitian ini menghasilkan 16 *stimuli*, yang kemudian digunakan untuk membuat *plan card* pada kuesioner. Responden akan memberikan penilaian terhadap setiap *plan card* yang tersedia. Teknik sampling yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Kuesioner disebarakan secara *online* melalui *google form* dengan ukuran sampel yang dibutuhkan sebanyak 160 responden. Kriteria responden adalah yang telah menggunakan dan membeli produk gaun Ems Daster minimal tiga kali, berjenis

kelamin perempuan, dan berusia antara 15-40 tahun.

Untuk meningkatkan daya tarik produk, perhatian utama harus diberikan pada motif, diikuti oleh desain model, bahan, warna, dan kualitas jahitan. Rekomendasi meliputi memperbanyak motif polos, meningkatkan variasi model mini gaun, menggunakan bahan katun rayon, menambah variasi warna yang *Soft* , dan menambahkan kualitas jahitan yang standar.

Penelitian ini memberikan beberapa manfaat bagi Ems Daster, antara lain membantu perusahaan memahami kelebihan dan kekurangan atribut serta *level* atribut produk berdasarkan preferensi konsumen. Ems Daster juga dapat mengimplementasikan rekomendasi yang diberikan dan menganalisis hasil perancangan berdasarkan sistem terintegrasi yang telah dirancang.

Kata kunci: *Ems Daster, Atribut Produk, Preferensi Konsumen, Conjoint analysis*