

ABSTRAK

Sektor ekonomi kreatif Indonesia terdiri dari 16 subsektor industri, dimana subsektor musik merupakan salah satu yang memiliki potensi tinggi. Meskipun demikian, genre musik pop tampak menjadi salah satu yang paling disukai dan mudah diterima oleh khalayak. Sayangnya, sebagian besar genre musik pop di Indonesia saat ini dilaporkan telah mengalami penurunan bahkan menghilang dari industri musik nasional. Namun, terdapat satu pengecualian, yaitu grup idola JKT48 yang masih bertahan dan terus mengalami perkembangan. Idol group adalah istilah yang berasal dari budaya Jepang yang merupakan sebuah media untuk remaja perempuan untuk tampil menarik dengan rentan usia tertentu. Dengan adanya JKT48 sebagai satu-satunya grup idola yang masih eksis, diharapkan subsektor musik pop di Indonesia dapat terus berkembang dan mempertahankan eksistensinya di tengah dinamika industri musik yang semakin kompetitif. Gitroops merupakan salah satu basis penggemar (*fanbase*) dari salah satu anggota grup idola JKT48. Perkembangan *brand* Gitroops didorong oleh manajemen *fanbase* yang lebih produktif dan peningkatan jumlah penggemar yang cepat dalam 2 tahun terakhir. Gitroops berencana meningkatkan penjualan *merchandise* secara berkelanjutan, namun variasi produk *merchandise* yang ditawarkan saat ini masih terbatas, hanya berupa stiker, gantungan kunci, *lanyard*, dan kaos, dan hanya pada periode tertentu. Selain itu, Gitroops juga menghadapi persaingan dengan *fanbase-fanbase* personil JKT48 lainnya sebagai kompetitor. Untuk dapat bersaing secara efektif, sebuah perusahaan perlu mempertimbangkan bagaimana cara untuk membedakan produk atau layanan yang ditawarkan dari kompetitor. Selain itu, perusahaan juga harus berusaha memahami preferensi konsumen terhadap produk atau layanan tersebut agar dapat menarik minat konsumen. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah *conjoint analysis*, yang bertujuan untuk mengidentifikasi atribut produk terkuat sesuai preferensi konsumen. Melalui data *voice of customer* didapatkan beberapa atribut yang dianggap penting dalam desain untuk dianalisis dalam penelitian ini meliputi model, motif, warna, dan bahan. Jumlah stimuli yang terbentuk adalah 16 stimuli, dan stimuli tersebut selanjutnya digunakan untuk menyusun *plan card* pada kuesioner. Responden kemudian diminta untuk memberikan *rating* pada setiap *plan card* yang tersedia. Hasil analisis menunjukkan

bahwa atribut warna merupakan faktor yang paling penting dalam keputusan pembelian konsumen terhadap produk jaket Gitroops. Urutan kepentingan atribut lainnya adalah motif logo, model pengencang, model cuff, motif nama, dan bahan. Berdasarkan preferensi konsumen, Gitroops dapat merekomendasikan produk jaket dengan atribut dan level atribut sebagai berikut: warna dominan biru dengan *utility score* 0,442, motif logo di bagian depan dengan *utility score* 0,128, model pengencang menggunakan *zip* dengan *utility score* 0,059, model manset *rib cuff* dengan *utility score* 0,086, motif tambahan berupa nama dengan *utility score* 0,028, serta bahan taslan dengan *utility score* 0,019. Rekomendasi ini didasarkan pada nilai *utility score* tertinggi untuk setiap atribut, sehingga dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen secara optimal.

Kata Kunci – JKT48, *Idol Group*, Preferensi Konsumen, *Conjoint Analysis*, Jaket