

PERANCANGAN PERBAIKAN PRODUK GAMIS WANITA BERDASARKAN PREFERENSI KONSUMEN MENGGUNAKAN METODE *CONJOINT ANALYSIS*

1st Rezky Himawan Rosyidi
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
rezkyhimawan13@gmail.com

2nd Yati Rohayati
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
yatirohayati@telkomuniversity.ac.id

3rd Sari Wulandari
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
sariwulandariit@telkomuniversity.ac.id

Abstrak— *UMKM berperan penting dalam ekonomi, sosial, dan budaya Indonesia. Data 2021 menunjukkan bahwa Provinsi Kepulauan Riau memiliki 76.217 UMKM, dengan peringkat ke-19. Salah satu UMKM, Divani Konveksi di Batam, didirikan pada 2014 dan bergerak di sektor tekstil. Namun, penjualan Divani Konveksi tidak stabil karena kurangnya variasi produk dalam hal warna, desain, dan bahan, sehingga target penjualan sering tidak tercapai. Penelitian ini bertujuan memberikan rekomendasi perbaikan produk gamis wanita berdasarkan preferensi konsumen melalui metode conjoint analysis, dengan 160 responden. Lima atribut utama yang mempengaruhi keputusan pembelian telah diidentifikasi, yaitu warna, bahan, desain, motif, dan ukuran. Warna adalah faktor paling penting, diikuti oleh bahan dan desain. Beberapa atribut belum terpenuhi oleh Divani Konveksi, seperti bahan katun dan satin, desain kaftan, serta motif bunga-bunga. Rekomendasi perbaikan ini diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk dengan menyesuaikan atribut sesuai preferensi konsumen. Divani Konveksi juga disarankan untuk terus melakukan riset secara berkala agar tetap relevan dengan kebutuhan preferensi konsumen yang berubah dari waktu ke waktu.*

Kata kunci—*UMKM, gamis wanita, atribut, preferensi konsumen, Conjoint Analysis*

I. PENDAHULUAN

Provinsi Kepulauan Riau menempati peringkat ke-19 dengan total 76.217 unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menurut data tahun 2021. Meskipun pertumbuhan ekonomi Kepulauan Riau didominasi oleh sektor Industri Pengolahan, khususnya dalam produksi barang logam, elektronik, serat optik, alat angkut laut, dan sebagainya, Industri Kecil Menengah (IKM) juga terus berkembang pesat. Pada tahun 2022, jumlah pelaku UMKM di Provinsi Kepulauan Riau meningkat signifikan menjadi 146.638 unit, mengalami peningkatan sebesar 192% dalam kurun waktu satu tahun.

Divani Konveksi merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berfokus dalam produksi pakaian,

kain, dan produk tekstil lainnya. Divani Konveksi didirikan oleh Henny Indriyati sejak tahun 2014 yang berlokasi di Kota Batam dan telah bergerak dalam sektor manufaktur tekstil. Divani Konveksi memasarkan jasanya secara offline di rumah produksinya yang terletak di Bengkong Baru Blok F3 No. 63, serta di sosial media seperti facebook, instagram, dan whatsapp. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik UMKM mengungkapkan bahwa Divani Konveksi menawarkan berbagai produk yang diproduksi, yaitu kemeja koko, koko kurta, gamis pria, gamis wanita, dan sirwal.

Pemilik UMKM memberikan informasi mengenai permasalahan yang sedang dihadapi, yaitu kegagalan dalam mencapai target penjualan dari produk Gamis Wanita, yang disebabkan oleh kelemahan dalam karakteristik produk tersebut. Untuk mendapatkan masukan dari konsumen terkait produk Gamis Wanita, dilakukan survei pendahuluan melalui wawancara kepada konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk tersebut sebanyak 2-3 kali, dengan tujuan menggali *Voice of Customer*.

Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kombinasi atribut dan level atribut yang sesuai dengan preferensi konsumen terhadap produk Gamis Wanita Divani Konveksi. Kemudian, melakukan identifikasi *stimuli* serta perbandingan antara atribut yang dimiliki oleh Divani Konveksi dengan preferensi konsumen. Dan terakhir, merancang rekomendasi perbaikan untuk produk Gamis Wanita di Divani Konveksi guna meningkatkan daya tarik konsumen.

II. KAJIAN TEORI

A. Preferensi Konsumen

Menurut Dolan, preferensi dapat diartikan sebagai pilihan atau tindakan memilih, dan dalam konteks konsumen, preferensi konsumen mencerminkan sifat atau keinginan konsumen dalam memilih di antara berbagai produk yang tersedia [1]. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan preferensi konsumen sebagai sikap konsumen terhadap suatu

produk yang terbentuk melalui evaluasi terhadap berbagai pilihan yang ada. [2]

B. Pengembangan Produk

Menurut Amstrong dan Kotler (2008), pengembangan produk adalah strategi untuk menumbuhkan perusahaan dengan cara menawarkan modifikasi produk atau produk baru ke target pasar yang sudah ditentukan. Pengembangan produk tersebut dilakukan terhadap produk fisik dan memastikan bahwa ide produk yang sudah ada dapat diubah menjadi sebuah produk baru yang lebih efektif. [3] Menurut alma (2009:101) tujuan pengembangan produk adalah: untuk memenuhi konsumen yang belum puas; untuk menambah omset penjualan; untuk memenangkan persaingan; untuk mengefisienkan sumber-sumber produksi; untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama; untuk mengefisienkan sisa-sisa bahan; dan untuk mencegah kebosanan konsumen.[4]

C. Atribut Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2017:249), Atribut produk merupakan elemen yang membedakan suatu produk dari produk lainnya, sehingga memberikan nilai tambah dan manfaat yang signifikan serta mempengaruhi keputusan pembelian. [5] Pengaruh atribut produk ini terhadap persepsi pembeli terhadap produk sangat penting. Kotler dan Armstrong (2017:249) membagi dimensi atribut produk menjadi tiga bagian: kualitas produk, fitur produk, dan gaya desain produk. [5]

D. Conjoint Analysis

Menurut Hair dkk. (2019), *conjoint analysis* adalah teknik *multivariate* yang dirancang khusus untuk memahami bagaimana responden mengembangkan preferensi terhadap berbagai jenis objek, seperti produk, layanan, atau ide. *Conjoint analysis* berlandaskan pada konsep dasar bahwa konsumen mengevaluasi nilai suatu objek dengan menggabungkan berbagai nilai terpisah dan menilai objek yang terbentuk dari kombinasi beberapa atribut. Teknik ini sangat berguna dalam merancang karakteristik produk baru, mengembangkan konsep produk, menentukan tingkat harga, serta memprediksi tingkat penjualan. [6]

III. METODE

Pada tahap ini menjelaskan cara pengumpulan data yang menggunakan jenis data primer. Data primer tersebut diperoleh melalui proses wawancara dengan pihak Divani Konveksi serta melalui wawancara dengan sepuluh responden yang sebelumnya telah menggunakan dan melakukan pembelian produk Gamis Wanita dari Divani Konveksi.

Kemudian, langkah-langkah perancangan yang dilaksanakan dengan menerapkan metode *conjoint analysis*. Dalam tahap perancangan solusi mencakup identifikasi atribut serta tingkatannya, perancangan *stimulus*, penyusunan kuesioner, penyebaran kuesioner, penentuan teknik sampling dan sampel, serta pengumpulan data dari kuesioner. Untuk tahap pengolahan data mencakup *input* data kuesioner, pengolahan data kuesioner, dan uji validitas. Pada tahap perancangan sistem terintegrasi mencakup perancangan atribut dan analisis hasil perancangan atribut. Sementara,

tahap verifikasi adalah proses untuk memastikan bahwa solusi yang dikembangkan sesuai dengan spesifikasi dan persyaratan teknis yang telah ditetapkan yaitu verifikasi hasil perancangan. Sedangkan, tahap validasi meliputi validasi hasil perancangan, identifikasi *GAP*, dan rekomendasi perbaikan produk gamis wanita. Terakhir, tahap kesimpulan dan saran ini merupakan tahapan terakhir yang berisikan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengumpulan Data

1. Penentuan Atribut dan Level Atribut

Dalam menentukan atribut dan level yang akan digunakan dilakukan studi literatur sebagai referensi dan wawancara dengan sepuluh konsumen. Selain itu, telah dilakukan diskusi dengan pemilik untuk mengidentifikasi atribut yang dianggap penting dalam pemilihan produk gamis. Pemilihan atribut ini telah disepakati melalui diskusi bersama pemilik Divani Konveksi. Langkah selanjutnya adalah menentukan level untuk setiap atribut. Jumlah level yang dipilih untuk setiap atribut akan memengaruhi jumlah stimuli yang digunakan dalam penelitian tugas akhir ini. Secara umum, jumlah atribut yang akan dievaluasi dalam analisis konjoin adalah maksimum tujuh atribut, dengan masing-masing atribut memiliki dua hingga empat level. [7]

TABEL 1
Atribut dan Level Atribut Divani Konveksi

No.	Atribut	Level	Keterangan
1	Bahan	1	Katun
		2	Scuba
		3	Satin
2	Ukuran Lengan	1	Lengan $\frac{3}{4}$
		2	Lengan Panjang
3	Desain	1	Gamis Brokat
		2	Gamis Kaftan
		3	Gamis Tunik
4	Warna	1	<i>Deep</i>
		2	<i>Soft</i>
		3	<i>Bright</i>
5	Motif	1	Polos
		2	Bunga
		3	Geometris

2. Perancangan Stimuli

Dalam penelitian Tugas Akhir ini, perancangan stimuli menggunakan pendekatan *full-profile*. Pendekatan ini memungkinkan reduksi jumlah kombinasi stimuli melalui metode *fractional factorial design*.

Untuk merancang stimuli dengan efektif, diperlukan alat statistik yang tepat. Dalam penelitian ini, alat statistik yang digunakan adalah IBM SPSS 23.0, yang akan mengatur perancangan melalui *orthogonal design* dan menghasilkan sejumlah *plan card*. Berdasarkan hasil dari IBM SPSS 23, diperoleh 16 *plan card*. Hasil dari 16 *plan card* tersebut dapat dilihat pada Tabel 2.

TABEL 2
Stimuli

No.	Bahan	Ukuran	Desain	Warna	Motif
1	Satin	Lengan Panjang	Gamis Tunik	Deep	Geometris
2	Scuba	Lengan ¾	Gamis Kaftan	Deep	Bunga
3	Katun	Lengan Panjang	Gamis Tunik	Bright	Bunga
4	Scuba	Lengan Panjang	Gamis Brokat	Soft	Geometris
5	Katun	Lengan Panjang	Gamis Brokat	Deep	Bunga
6	Katun	Lengan ¾	Gamis Brokat	Deep	Geometris
7	Scuba	Lengan Panjang	Gamis Brokat	Bright	Polos
8	Katun	Lengan ¾	Gamis Kaftan	Bright	Geometris
9	Satin	Lengan Panjang	Gamis Kaftan	Deep	Polos
10	Satin	Lengan ¾	Gamis Brokat	Soft	Bunga
11	Katun	Lengan ¾	Gamis Brokat	Deep	Polos
12	Scuba	Lengan ¾	Gamis Tunik	Deep	Polos
13	Katun	Lengan Panjang	Gamis Brokat	Deep	Polos
14	Satin	Lengan ¾	Gamis Brokat	Bright	Polos
15	Katun	Lengan Panjang	Gamis Kaftan	Soft	Polos
16	Katun	Lengan ¾	Gamis Tunik	Soft	Polos

3. Perancangan Kuesioner

Kuesioner terdiri dari tiga bagian yang harus diisi oleh responden. Bagian pertama adalah *screening question*, yang terdiri dari satu pertanyaan untuk menentukan kelayakan responden untuk melanjutkan ke bagian berikutnya. Bagian kedua mencakup identitas responden, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai profil responden, seperti nama, usia, pekerjaan, dan sudah berapa kali pernah membeli dan menggunakan produk gamis dari Divani Konveksi. Bagian ketiga adalah *rating placard*, yang berisi 16 kombinasi *plan card* yang akan dinilai oleh responden menggunakan skala likert dari 1 hingga 4.



GAMBAR 1
Placard

4. Penyebaran Kuesioner

Setelah kuesioner dirancang, kuesioner tersebut disebarluaskan kepada responden melalui platform *online* menggunakan *Google Form*. Target penyebaran kuesioner dalam penelitian ini adalah 160 responden. Data yang diperoleh dari kuesioner akan diolah menggunakan metode *conjoint analysis*. Rekapitulasi data identitas responden yang memenuhi kriteria dapat dilihat pada Tabel 3.

TABEL 3
Rekapitulasi Data Responden

Faktor	Kategori	Jumlah Responden	Persentase
Usia	< 20 Tahun	8	5%
	21 – 25 Tahun	44	27,5%
	26 – 30 Tahun	59	36,9%
	31 – 35 Tahun	33	20,6%
	> 35 Tahun	16	10%
Pekerjaan	Pelajar/ Mahasiswa	42	26,3%
	PNS/ Swasta	44	27,5%
	Ibu Rumah Tangga	33	20,6%
	Pengusaha	17	10,6%
	Tenaga Profesional	22	13,8%
	Lainnya	2	1,2%
Berapa kali Anda pernah membeli dan menggunakan produk gamis dari Divani Konveksi?	1 Kali	17	10,6%
	2 – 3 Kali	67	41,9%
	> 3 Kali	76	47,5%

Tabel 3 menunjukkan rekapitulasi data mengenai identitas responden yang pernah membeli dan menggunakan gamis wanita dari Divani Konveksi.

B. Pengolahan Data

1. Input Data

Data yang telah terkumpul diinput dan diproses menggunakan *software* Microsoft Excel. Proses *input* data mencakup penyaringan responden untuk memastikan bahwa data yang digunakan memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

2. Pengolahan Data Menggunakan Metode *Conjoint Analysis*

Pengolahan data akan dilakukan dengan metode *conjoint analysis* menggunakan *software* IBM SPSS. Hasil dari pengolahan data yang menunjukkan nilai *utility score* berdasarkan preferensi konsumen dapat dilihat pada tabel 1.

TABEL 4
Utility Score

		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Bahan	Katun	.033	.049
	Scuba	-.160	.058
	Satin	.127	.058
Ukuran	Lengan ¾	-.053	.037
	Lengan Panjang	.053	.037

		<i>Utility Estimate</i>	<i>Std. Error</i>
Desain	Gamis Brokat	-.085	.049
	Gamis Kaftan	.033	.058
	Gamis Tunik	.052	.058
Warna	<i>Deep</i>	-.069	.049
	<i>Soft</i>	.131	.058
	<i>Bright</i>	-.063	.058
Motif	Polos	.049	.049
	Bunga	.015	.058
	Geometris	-.064	.058
(Constant)		3.295	.044

Berdasarkan Tabel 4 diperoleh hasil *utility score* menggunakan *conjoint analysis*. Hasil *utility score* berfokus pada level atribut yang menjadi pilihan konsumen. Untuk memahami hasil tersebut, semakin tinggi nilai pada suatu level atribut, maka atribut tersebut cenderung menjadi pilihan konsumen. Sebaliknya, jika nilai *utility score* pada atribut rendah, atribut tersebut kurang diminati oleh konsumen.

TABEL 5
Importance Value

Atribut	<i>Importance Value</i>
Warna	26.554
Bahan	21.671
Motif	20.827
Desain	19.548
Ukuran	11.399

Pada Tabel 5 menunjukkan hasil dari *importance value* yang diperoleh melalui *conjoint analysis* berdasarkan preferensi konsumen. *Importance value* digunakan untuk mengukur tingkat pentingnya atribut menurut pandangan konsumen. Dengan mengidentifikasi nilai terbesar dari setiap atribut, atribut tersebut dapat dianggap sebagai atribut yang paling penting bagi konsumen.

TABEL 6
Nilai *Predictive Accuracy*

<i>Correlations</i>		
	Value	Sig.
<i>Pearson's R</i>	.877	.000
<i>Kendall's Tau</i>	.778	.000

Pada Tabel 6 menunjukkan nilai *predictive accuracy* digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana hubungan antara persepsi yang diamati. Nilai *predictive accuracy* yang mendekati 1 atau lebih dari 0,700 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara persepsi tersebut. Selain itu, hasil dianggap signifikan jika nilai signifikansi kurang dari 0,005.

Tabel 3 mencakup nilai *Pearson's R* dan *Kendall's Tau*. *Pearson's R* digunakan untuk mengukur hubungan antara kombinasi atribut yang digunakan dengan preferensi

konsumen. Hasil menunjukkan nilai mendekati angka 1, yaitu 0,877, dengan signifikansi kurang dari 0,005, maka dapat disimpulkan bahwa korelasi tinggi antara kombinasi utilitas dan rata-rata kepentingan dalam penelitian ini, sehingga hasil tersebut dapat diterima.

Selain itu, *Kendall's Tau* digunakan untuk menunjukkan validitas dan reliabilitas. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai *Kendall's Tau* adalah 0,778, yang berarti nilai tersebut lebih dari 0,700 dan mendekati angka 1, dengan signifikansi kurang dari 0,005. Hal ini menunjukkan bahwa hasil penelitian dapat dianggap valid dan reliabel.

3. Hasil Perancangan Atribut

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *conjoint analysis*. Berikut merupakan hasil perancangan atribut sesuai preferensi konsumen yang dapat dilihat pada Tabel 1.

TABEL 7
Hasil Perancangan Atribut

Atribut	Level Atribut	<i>Utility Score</i>	<i>Importance Value</i>	Keterangan
Bahan	Katun	0.033	21.671	Belum Tersedia
	Satin	0.127		Belum Tersedia
Ukuran	Lengan Panjang	0.053	11.399	Tersedia
Desain	Gamis Kaftan	0.033	19.548	Belum Tersedia
	Gamis Tunik	0.052		Tersedia
Warna	<i>Soft</i>	0.131	26.554	Tersedia
Motif	Polos	0.049	20.827	Tersedia
	Bunga	0.015		Belum Tersedia

Tabel 7 menunjukkan hasil perancangan atribut yang diperoleh dari pengisian kuesioner oleh pengguna Gamis Wanita. Setelah pengumpulan data dan pengolahan menggunakan metode *conjoint analysis*, diperoleh atribut dan level atribut produk Gamis Wanita Divani Konveksi yang sesuai dengan preferensi konsumen.



GAMBAR 2
Atribut Preferensi Konsumen

Gambar 2 menunjukkan rekomendasi perbaikan untuk Divani Konveksi sesuai dengan atribut yang disukai oleh

konsumen pada produk Gamis Wanita. Berdasarkan atribut dan level atribut yang telah dipilih sesuai dengan preferensi konsumen, berikut adalah kombinasi dari kelima atribut yang dapat digunakan sebagai acuan oleh Divani Konveksi dalam mengimplementasikan produk Gamis Wanita.

TABEL 8
Pilihan Kombinasi Hasil Perancangan Atribut

Bahan	Ukuran	Desain	Warna	Motif
Katun	Lengan Panjang	Kaftan	Soft	Polos
Katun	Lengan Panjang	Kaftan	Soft	Bunga
Katun	Lengan Panjang	Tunik	Soft	Polos
Katun	Lengan Panjang	Tunik	Soft	Bunga
Satin	Lengan Panjang	Tunik	Soft	Polos
Satin	Lengan Panjang	Kaftan	Soft	Bunga
Satin	Lengan Panjang	Tunik	Soft	Bunga
Satin	Lengan Panjang	Kaftan	Soft	Polos

C. Verifikasi dan Validasi Hasil Rancangan

1. Verifikasi Hasil Rancangan

TABEL 9
Verifikasi Hasil Rancangan

Atribut	Level Atribut	Standar Perancangan	Hasil Verifikasi
Bahan	Katun dan Satin	Spesifikasi atribut bahan menggunakan bahan katun dan satin (Muthia, 2023).	Terverifikasi
Ukuran	Lengan Panjang	Spesifikasi atribut lengan yang digunakan adalah lengan panjang (Wina et al, 2022).	Terverifikasi
Desain	Kaftan dan Tunik	Spesifikasi atribut desain menggunakan desain kaftan dan tunik (Nuraeni dan Putra, 2022).	Terverifikasi
Warna	Soft	Spesifikasi atribut warna menggunakan warna <i>soft</i> (Jannah & Kodrat, 2021).	Terverifikasi
Motif	Polos dan Bunga	Spesifikasi atribut motif yang digunakan adalah motif polos dan bunga (Salsabilla et al, 2023).	Terverifikasi

Tabel 9. verifikasi standar atribut produk yang telah dilaksanakan. Hasil tersebut menunjukkan hasil bahwa atribut perancangan produk gamis wanita telah memenuhi standar perancangan dan telah terverifikasi.

2. Validasi Hasil Rancangan

Proses validasi hasil rancangan dilakukan pada atribut produk Divani Konveksi yang telah diperbaiki sesuai dengan preferensi konsumen. Validasi ini melibatkan *feedback* dari pemilik Divani Konveksi mengenai hasil rancangan yang telah dilakukan, untuk memastikan bahwa perbaikan produk gamis wanita Divani Konveksi telah sesuai dengan preferensi konsumen. Berikut adalah hasil validasi rancangan bersama pihak Divani Konveksi. Berikut adalah hasil validasi rancangan bersama pihak Divani Konveksi.

TABEL 10
Validasi Hasil Rancangan

Kategori Validasi	Target Validasi	Pemenuhan
Bahan	Menambah variasi bahan katun dan satin	Setuju dan akan menambahkan bahan pada produk gamis wanita sesuai dengan preferensi konsumen tetapi membutuhkan waktu untuk menentukan jenis bahan yang lebih spesifik dengan kualitas yang baik.
Ukuran	Menggunakan variasi lengan panjang	Setuju dan akan tetap menggunakan ukuran lengan panjang pada produk gamis wanita sesuai dengan preferensi konsumen
Desain	Menambah variasi desain kaftan	Setuju dan akan menambah variasi desain pada produk gamis wanita sesuai dengan preferensi konsumen tetapi membutuhkan waktu untuk membuat desain model baru dan memerlukan pekerja yang ahli di bidangnya.
Warna	Menambah variasi warna <i>soft</i> dengan variasi warna yang lebih beragam	Setuju dan akan menambah variasi warna pada produk gamis wanita sesuai dengan preferensi konsumen
Motif	Menambah variasi motif bunga	Setuju dan akan menambah variasi motif pada produk gamis wanita sesuai dengan preferensi konsumen

Tabel 10 menunjukkan hasil validasi rancangan yang telah dilakukan bersama pihak Divani Konveksi. Hasil validasi menunjukkan bahwa Divani Konveksi menyetujui perbaikan atribut yang telah disesuaikan dengan preferensi konsumen. Namun, diperlukan rentang waktu tambahan untuk dilakukan implementasi, karena masih diperlukan survei lebih lanjut mengenai spesifikasi atribut.

D. Analisis Hasil

1. Evaluasi Hasil Perancangan

Pada tahap ini akan dilakukan evaluasi terhadap hasil perancangan perbaikan dengan menganalisis perbandingan antara atribut produk gamis wanita eksisting dan atribut produk gamis wanita yang telah dirancang berdasarkan preferensi konsumen.

TABEL 11
Perbandingan Kondisi Eksisting dan Preferensi Konsumen

No.	Atribut	Kondisi produk Eksisting	Kondisi produk Preferensi Konsumen
1	Bahan	Bahan yang digunakan hanya satu variasi yaitu bahan scuba.	Penambahan variasi bahankatun dan satin sehingga Divani Konveksi mempunyai pilihan bahan yang lebih bervariasi.
2	Ukuran	Ukuran lengan yang digunakan oleh Divani Konveksi adalah lengan panjang.	Penggunaan ukuran lengan panjang karena dinilai lebihnyaman digunakan dan menjadi pilihan konsumen.
3	Desain	Desain yang digunakan oleh Divani Konveksi hanya terdapat satu desain yaitu desain tunik.	Adanya penambahan variasidesain kaftan untuk menambah pilihan variasi desain.
4	Warna	Divani Konveksi mempunyai variasi warna <i>deep</i> dan <i>soft</i> tetapi hanya memiliki variasi yang sedikit.	Penambahan variasi warna <i>soft</i> dengan variasi yang lebih beragam.
5	Motif	Motif yang digunakan oleh Divani Konveksi hanya terdapat satu motif yaitu motif polos.	Penambahan variasi motif bunga untuk menambah pilihan variasi motif.

Berdasarkan Tabel 11 diperoleh hasil perbandingan antara produk eksisting dan produk yang dirancang berdasarkan preferensi konsumen. Terlihat bahwa terdapat beberapa perbedaan antara atribut produk eksisting dan preferensi konsumen.

Setelah membandingkan kedua kondisi tersebut, pihak Divani Konveksi telah menyetujui dan akan menambahkan beberapa usulan perbaikan yang diberikan. Langkah selanjutnya adalah menerapkan rencana rekomendasi perbaikan atribut gamis wanita Divani Konveksi agar sesuai dengan keinginan konsumen.

TABEL 12
Rekomendasi Perbaikan Produk

Atribut	Level Atribut	Rekomendasi	Evaluasi Hasil
Bahan	Katun dan Satin	Bahan katun dan satin merupakan jenis bahan yang disukai konsumen. Divani Konveksi perlu menambahkan variasi bahan.	Kelebihan: - Minat pasar diperkirakan akan meningkat. - Kemampuan untuk mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen.
Desain	Kaftan dan Tunik	Desain kaftan dan tunik menjadi pilihan yang paling disukai oleh konsumen. Divani Konveksi perlu menambah variasi desain sesuai keinginan konsumen	- Akses terhadap informasi terbaru mengenai keinginan konsumen. Kelemahan: - Keterbatasan dalam jenis bahan yang tersedia dari pemasok.
Motif	Polos dan Bunga	Motif polos dan bunga menjadi pilihan yang paling disukai oleh konsumen. Divani Konveksi perlu menambah variasi motif sesuai keinginan konsumen.	- Adanya pesaing yang melakukan riset serupa, yang dapat menghasilkan preferensi sama. - Keterbatasan dalam informasi dan data yang spesifik terkait karakteristik atribut.

Tabel 12 menunjukkan hasil rekomendasi untuk perbaikan atribut pada produk gamis wanita Divani Konveksi. Rekomendasi ini mencakup beberapa keterbatasan atribut serta kelebihan dan langkah-langkah tindak lanjut yang perlu diambil oleh Divani Konveksi. Diharapkan bahwa rekomendasi ini dapat mengatasi keluhan konsumen terkait produk gamis wanita Divani Konveksi.

Setelah berdiskusi mengenai rekomendasi tersebut dengan pihak Divani Konveksi, perusahaan berencana untuk mengimplementasikan hasil rekomendasi pada produk gamis wanita. Namun, Divani Konveksi perlu melakukan survei terlebih dahulu mengenai material yang akan digunakan untuk memastikan ketersediaan jenis bahan dari pemasok agar sesuai dengan preferensi konsumen.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diperoleh hasil rancangan rekomendasi yang dapat disimpulkan bahwasannya : *Pertama*, mengenai mengidentifikasi atribut hasil pengolahan data menunjukkan spesifikasi level atribut

yang disukai dan dianggap penting oleh konsumen adalah sebagai berikut: pada atribut warna, level yang disukai adalah *soft*; pada atribut bahan, level yang disukai adalah katun dan satin; pada atribut desain, level yang disukai adalah gamis kaftan dan gamis tunik; pada atribut motif, level yang disukai adalah polos dan bunga; dan pada atribut ukuran, level yang disukai adalah lengan panjang. *Kedua*, mengenai perbandingan antara produk eksisting Divani Konveksi dan preferensi konsumen menunjukkan bahwa pada atribut warna, produk eksisting menggunakan warna *deep* dan *soft*, sedangkan konsumen lebih menyukai warna *soft*. Meskipun Divani Konveksi sudah memenuhi keinginan konsumen, tetapi variasi warna yang ada masih terbatas, sehingga pengembangan variasi warna diperlukan. Pada atribut bahan, produk eksisting hanya menggunakan bahan *scuba*, sedangkan preferensi konsumen lebih condong kepada bahan katun dan satin. Pada atribut motif, produk eksisting hanya memiliki motif polos. sedangkan konsumen lebih menyukai motif polos dan bunga. Pada atribut desain, produk eksisting menawarkan desain tunik saja, sementara konsumen lebih menyukai desain kaftan dan desain tunik. Pada atribut ukuran, produk eksisting hanya tersedia dengan lengan panjang, sementara konsumen lebih menyukai lengan panjang. Hal ini sudah memenuhi keinginan konsumen. *Ketiga*, mengenai merancang rekomendasi perbaikan untuk atribut produk disarankan agar Divani Konveksi

menambahkan variasi pada produk untuk memenuhi keinginan konsumen. Pada atribut bahan, disarankan untuk menambahkan variasi bahan katun dan satin. Pada atribut motif, disarankan untuk menambahkan variasi motif bunga. Pada atribut desain, disarankan untuk menambahkan desain kaftan.

REFERENSI

- [1] Dolan, Robert J. (2001), "Analyzing Consumer Preferences", Harvard Business School. Document 9-599-112
- [2] Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga
- [3] Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- [4] Alma, Buchari. 2009. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Cetakan kedelapan. Bandung: Alfabeta
- [5] Kotler, Phillip., & Armstrong, Gary. (2017). Prinsip – prinsip Pemasaran (Edisi 13) (Jilid 1). Jakarta : Erlangga
- [6] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage.
- [7] Malhotra, M. N. K. (2020). Marketing Research an Applied Prientation-Pearson Education.

