

PENERAPAN METODE CONJOIN ANALYSIS DALAM MENILAI ATRIBUT KEPUASAN KONSUMEN PRODUK SENDAL CARVIL

Jamaluddin Purba¹, Hydia Muharyani²

¹Dosen Jurusan Teknik Industri, Universitas Darma Persada

²Jurusan Teknik Industri, Universitas Darma Persada

Abstrak

Jumlah perusahaan retail sandal/sepatu di Indonesia dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Berbagai merek/brand sandal juga seiring dengan bertambah waktu juga selalu bermunculan. Hampir disetiap kota terutama dikota-kota besar berbagai merek yang banyak dijumpai Ando, Bata, Eager< Homiped, New Era, Ardileas, Crocs dan lain sebagainya. Dari berbagai merek tersebut maka untuk mengetahui bagaimana harapan konsumen terhadap atribut produk Carvil khususnya produk sandal jepit yang didasarkan pada 8 atribut dimensi kualitas . Penelitian ini dilakukan pada didaerah Bekasi yaitu pada Outlet Carvil Rawa Kalong dan Wisma Asri. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Conjoin Analysis dan penyebaran kuesioner kepada 75 responden. Prefrensi konsumen terhadap atribut produk sandal jepit Carvil yang paling berpengaruh menarik perhatian konsumen adalah atribut Performance (kinerja Produk) yaitu sebesar 18,474 %. Produk yang performance nya bagus dapat membuayt konsumen merasa nyaman. Pada konsumen wanita, atribut yang lebih tertarik adalah Arsthetic, karena warna sandal yang menjadi prioritas utama dalam menyiesiuaikan penampilan. Untuk konsumen pria yang membuat tertarik konsumennya adalah atribut Performance, karena pemilihan warna , yaitu warna gelap seperti coklat dan hitam yang menjadi pilihan. Kombinasi terbaik adalah dari factor kinwerja sandal yang nyaman dipakai dengan desain sandal datar, dimana reliability , jahitan sandal yang rapih. Confromance nya adalah size sandal sesuai standar. Durability , yaitu sandal yang awet hingga 1 – 3 tahun, sedang dari factor Serviceability adalah dilayani dengan ramah. Dari factor Aesthetic yaitu desain warna gelap dan Perceived Quality adalah dengan merek sandal yang sudah bagus kualitasnya.

Kata kunci : *Prefernsi konsumen, Atribut Produk, Conjoint Aanalysis*

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya bisnis ritel sandal di Indonesia saat ini ditunjukkan dengan muncul dan berkembangnya berbagai brand/merek dagang yang banyak dijumpai di Indonesia. Hampir di setiap kota, terutama di kota-kota besar berbagai merek sandal baik lokal maupun yang datang dari luar negeri sering kita jumpai, misalnya seperti Bata, Ando, Eager, Homiped, NewEra, Ardiles, Crocs, dan lain sebagainya. Pertumbuhan bisnis ritel di Indonesia menunjukkan perkembangan yang relatif pesat, kesimpulan ini bisa dilihat dari data Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo) yang mengungkapkan pada tahun 2016, terjadi peningkatan penjualan sekitar 10 persen pada industri ritel nasional. Peningkatan ini terjadi sejalan dengan perbaikan perekonomian Indonesia pada tahun ini.

Hal di atas menunjukkan bahwa peluang untuk bisnis ritel sandal cukup menjanjikan. Dengan populasi masyarakat Indonesia yang cukup besar,

membaihnya tingkat perekonomian dalam negeri, dan gaya hidup dari masyarakat yang senantiasa berubah. Sandal merupakan hal yang sangat membantu dalam kebutuhan penampilan manusia. Sehingga dalam perkembangannya kebutuhan sandal dengan berbagai bentuk dan model telah dijadikan sarana usaha untuk memperoleh penghasilan.

Pada akhirnya konsumen yang memiliki banyak alternatif pilihan sandal berbagai brand/merek akan semakin kritis dalam menentukan pilihan. Selain mempertimbangkan faktor jarak yang ditempuh, atribut produk sandal yang menjadi faktor terpenting.

Atribut yang terdapat pada suatu produk harus mampu memenuhi keinginan konsumen, semakin bervariasi atribut suatu produk yang kita pasarkan dengan produk lain yang sejenis, maka menghasilkan suatu produk yang memiliki atribut-atribut yang menarik. Atribut merupakan faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen pada saat membeli produk, seperti merek, desain, warna, kualitas, dan sebagainya.

Carvil merupakan salah satu perusahaan yang menghasilkan berbagai macam sandal dengan jenis sandal yang berbeda-beda seperti sandal casual, dan sanda spons. Hal ini membuat sandal Carvil memiliki karakteristik tersendiri dan berbeda dengan merek lainnya. Semakin ketatnya persaingan dalam industri sandal, perusahaan dituntut untuk meluncurkan produk-produk yang dapat menghasilkan kepuasan bagi konsumen dalam memilih produk yang memiliki atribut yang secara maksimal dapat memenuhi keinginan konsumen secara keseluruhan.

2. METODA PENELITIAN

Dalam rangka menetapkan kerangka pemecahan masalah dalam penelitian ini langkah yang dilakukan adalah ;

Menentukan Atribut dan level produk sandal jepit Carvil, penentuan atribut dan level dilakukan untuk membuat kuesioner, Mengidentifikasi Jumlah Sample Minimum, sebelum membuat kuesioner, ditentukan terlebih dahulu jumlah responden minimumnya, kemudian pembuatan kuesioner berdasarkan pertanyaan mengenai atribut dan level dari produk dan selanjutnya penyebaran Kuesioner sebanyak 75 responden , kemudian membuat rancangan Stimuli, yaitu semua atribut dan level dari produk sandal jepit Carvil dapat mewakili semua atribut dan level yang ada. Kemudian melakukan pertimbangan dengan *Conjoint Analysis* agar dapat diketahui tingkat kepentingan dan utilitas dari setiap atribut dan level-levelnya dengan menggunakan software SPSS.

3. PEMBAHASAN

Pada pemberian kuesioner tahap pertama, dimana karakteristik responden dilakukan berdasarkan jenis kelamin dari 75 responden , 43 responden atau 57% berjenis kelamin laki-laki, sisanya responden wanita yaitu 43% jenis kelamin wanita.

Pertimbangan berikut adalah berdasarkan usia, sebanyak 13 orang usia antara 17 – 19 tahun, sebanyak 54 orang untuk usia antara 20 – 29 tahun. Sisanya 8 orang untuk usia antara 30 – 39 tahun. Dari pertimbangan Jenis pekerjaan, dibagi ke

dalam empat kriteria, yaitu pelajar/mahasiswa (35 orang), pegawai swasta (33 orang), wirausaha (5 orang), lainnya (2 orang).

Berdasarkan Tempat Tinggal, lebih dominan berasal dari Bekasi yaitu sekitar 63 responden atau 84 %, dari daerah lainnya seperti Bogor (tidak ada atau 0%), Jakarta (7 orang atau 9%), dan sisanya untuk daerah lainnya (5 orang atau 7%).

Dari hasil data karakteristik responden di atas, dapat dilihat lebih banyak responden berjenis kelamin pria dengan rentan usia masih remaja sekitar 20 – 29 tahun yang bertempat tinggal di wilayah Bekasi.

Atribut-atribut yang diteliti dalam produk sandal jepit Carvil terdiri dari delapan atribut yaitu *performance*, *feature*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetic*, *perceived quality*. Delapan atribut ini dipilih berdasarkan delapan dimensi kualitas menurut David Garvin.

Pada bagian ini lebih lanjut mengenai tingkat kepentingan relative dari masing-masing atribut dengan disusun secara berurutan berdasarkan tingkat kepentingan yang paling tinggi. Adapun hasil yang didapat untuk masing-masing atribut dapat dilihat pada table berikut

Tabel 1 Tabel Tingkat Kepentingan Relatif Atribut *Performance*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
PERFORMANCE	Sandal Nyaman Dipakai	0.373	0.09	18,474 %
	Sandal Tdk Nyaman Dipakai	-0.373	0.09	

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa atribut *performance* memiliki tingkat kepentingan yang paling tinggi dengan nilai sebesar 18,474%. Dengan kinerja produk sandal jepit Carvil sangat nyaman bila dipakai oleh *user*. Level sandal nyaman dipakai dengan tingkat kepuasan sebesar 0.373.

Tabel 2 Tabel Tingkat Kepentingan Relatif Atribut *conformance*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
CONFORMANCE	Size Sandal Sesuai Standart Produk	0.374	0.09	18,190 %
	Size Sandal Tdk Sesuai Standar Produk	-0.374	0.09	

Dapat diketahui tingkat kepentingan *conformance* berada di peringkat kedua setelah atribut *performance*. Atribut ini memiliki nilai tingkat kepentingan sebesar

18,190%. Dengan level size sandal jepit Carvil sesuai standar produk yang artinya size sesuai standar size kaki orang Indonesia.

Tabel 3. Tabel Tingkat Kepentingan Relatif Atribut *perceived quality*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
PERCHEIVEDQUALITY	Bagus	0.356	0.09	17,127 %
	Tidak Bagus	-0.356	0.09	

Berdasarkan dari tabel 3. Atribut ini berada di peringkat ke tiga. Selain kinerja produk, ternyata kuliatas dari merek juga menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk sandal. Untuk produk sandal jepit Carvil. Merek Carvil sendiri sudah mempunyai kualitas yang bagus dengan nilai kepentingan sebesar 17,127%.

Tabel 4. Tingkat Kepentingan Relatif Atribut *serviceability*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
SERVICEABILITY	Melayani dengan Ramah	0.284	0.09	13,733 %
	Melayani dengan Tdk Ramah	-0.284	0.09	

Tingkat kepentingan relative atribut *serviceability* ini sebesar 13,733%. Nilai tersebut belum sempurna jika saja pelayanan dalam menjualkan produk sandal jepit Carvil lebih ditingkatkan lagi. Semakin bagus pelayanan dengan ramah maka konsumen semakin senang untuk membeli produk sandal jepit Carvil.

Tabel 5 Tingkat Kepentingan Relatif Atribut *feature*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
FEATURE	Desain Sandal Datar	0.114	0.119	12,714 %
	Gambar Sandal Sempel	-0.049	0.14	
	Aksesoris Sandal Sempel	-0.066	0.14	

Dari atrbut *feature* ini berada di peringkat ke lima dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 12,714%. Di dalam atribut ini terdapat tiga level, namun yang lebih banyak disukai oleh responden adalah sandal jepit Carvil dengan desain sandal yang datar.

Tabel 6 Tingkat Kepentingan Relatif Atribut *aesthetic*

Utilities			

		Utility Estimate	Std. Error	Tingkat kepentingan
AESTHETIC	Sandal dengan Warna Gelap	0.083	0.09	6,973 %
	Sandal dengan warna soft	-0.083	0.09	

Nilai kepentingan sebesar 6,973% pada atribut ini bertada pd peringkat ke enam

Tabel 7 Tingkat Kepentingan Relatif atribut *reliability*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
RELIABILITY	Lem Sandal Rapih	-0.059	0.09	6,480 %
	Jahitan Sandal Rapih	0.059	0.09	

Dari data tabel diatas, diketahui tingkat kepentingan atribut *reliability* sebesar 6,480%. Responden lebih memilih/lebih menyukai jika jahitan dari sandal jepit Carvil itu rapih dan tidak cepat rusak.

Tabel 8 Tingkat Kepentingan Relatif atribut *durability*

Utilities				Tingkat kepentingan
		Utility Estimate	Std. Error	
DURABILITY	Sandal awet 1 s/d 12 bln	-0.016	0.09	6,308%
	Sandal awet 1 s/d 3 tahun	0.016	0.09	

Berdasarkan atribut *durability* ini berada pada peringkat paling rendah dimana memiliki tingkat kepentingan sebesar 6,308%. Namun di dalam atribut ini para responden juga selalu mengharapkan produk sandal jepit Carvil dengan daya ketahanan/awet hingga 1 – 3 tahun lamanya.







Untuk menentukan kombinasi yang paling baik, maka dari nilai masing-masing level dikombinasikan sesuai dengan yang dipakai dikombinasi tersebut untuk mendapatkan nilai kombinasi. Sama seperti pengukuran kesukaan dan terbaiknya dari atribut serta level, semakin tinggi nilai dan peringkatnya maka semakin baik dari masing-masing kombinasi tersebut. Penilaian dan peringkat dari masing-masing kombinasi bisa dilihat di tabel pada halaman selanjutnya.

Dari hasil penilaian masing-masing kombinasi, bahwa kombinasi yang ke-12 mendapat nilai dan peringkat pertama sebagai kombinasi yang paling baik yaitu dengan kinerja sandal yang nyaman dipakai oleh si pemakai, dengan desain sandal datar, *reliability* : jahitan sandal rapih, *conformance* : Size sandal sesuai standar produk sandal Carvil, *Durability* : sandal awet hingga 1 – 3 tahun, *Serviceability* : dilayani dengan ramah, *Aesthetic* : dengan desain warna gelap, *perceived quality* : dengan merek sandal Carvil yang sudah bagus kualitasnya.

Berdasarkan hasil perhitungan yang sudah dilakukan, dimana hasil yang didapat menunjukkan bahwa responden lebih banyak membeli produk sandal jepit Carvil di toko Carvil Rawa Kalong dengan kisaran harga yang diinginkan sebesar Rp 101.000 s/d Rp 200.000. Harga tersebut di pilih oleh responden karena bagi responden ada harga ada kualitas. Merek Carvil sudah banyak yang tahu akan kualitas yang bagus. Dengan harga tersebut termasuk dalam harga yang standar tidak terlalu murah dan tidak terlalu mahal.

Responden lebih mempertimbangkan harga saat membeli produk sandal jepit Carvil. Selain harga, responden juga lebih melihat ke arah merek/*brand* ternama. Jelas merek Carvil sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat sekitar.

Dari hasil pendapat responden, penulis mengajukan beberapa model desain Sandal Jepit Carvil untuk produk baru. Berikut ini adalah hasil yang menarik minat responden.

No .	Model Desain Alas Kaki Sandal	Model desain sol tampak samping	Model desain pengait Sandal Jepit
1.	Type A1 	Type S2 	Type P1 
2.	Type A2 	Type S1 	Type P4 

Terdapat dua model desain yang menarik perhatian konsumen. Desain pertama yaitu model desain alas kaki type A1, desain sol bawah sandal bergerigi, bergelombang tipe S2, desain pengaiti sandal tipe P1, sedangkan desain ke dua yaitu tipe A2, type S1 dan tipe P4. Alasan konsumen memilih tipe A1, karena konsumen menginginkan model sandal yang datar untuk type S2, karena bagian baawah alas kaki tersebut bergerugi sehingga jika sedang memakainya tidak licin, tipe P1 karena model pengaitnya sandalnya simple tidak susah untuk dipakai. Sedangkan untuk model desain yang kedua, responden memilih tipe alas kaki tipe A2, tipe S2 karena bila dipakai terasa ringan bahannya dari sintesis. Tipe P4 dipilih karena masih tergolong simple namun model ini lebih diminati responden wanita..

4. KESIMPULAN

Prefensi konsumen terhadap produk Sandal Jepit Carvil dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Penilaian konsumen berdasarkan kepentingan untuk dapat memberi kepuasan terhadap konsumen terhadap produk sandal Carvil adalah dari atribut Performance. Untuk konsumen wanita, lebih tertarik pada atribut Aesthetic karena warna sandal yang menjadi prioritas utama untuk penyesuaian penampilan. Menginginkan sandal awet hingga 1-3 tahun. Untuk pemilihan warna, konsumen pria lebih suka warna gelap, seperti Coklat atau hitam agar bila dipakai tidak terlihat cepat kotor.
2. Kombinasi/Stimuli yang terbaik dan diminati oleh konsumen terdapat pada kombinasi yang ke 12, yaitu dengan Performance (kinerja andal), yang nyaman dipakai oleh sipemakai, dengan fitur desain sandal datar, Reliability ; jahitan sandal rapih, conformance Size sandal sesuai standar produk Carvil. Durability ; sandal yang awet samapai 3 tahun. Servicecapability ; pelayanan yang ramah. Aesthetic ; variasi desain dengan warna gelap seperti Coklat atau hitam. Perceived Quality ; merek sandal carvil yang sudah bagus kualitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

1. Green & Krienger, **A Conjoin Analysis of Irish Consumer Preferences for Farmhouse Cheese**. The National Food Centre Dublin, Ireland, 1991
2. Indrawan, **Analisis Preferensi Konsumen Untuk Pengembangan Durable Produk Di Indonesia (Studi Kasus Notebook)**, Depok : Universitas Indonesia, 2012
3. Supranto.J, **Analisis Multivariat Arti & Interpretasi**, Jakarta, PT.Rineka Cipta, 2004
4. Yudhistira, Daniel, **Analisis Preferensi konsumen Untuk Pengembangan Iklan Televisi Produk Baru Dengan Metode Conjoint Analysis**. Depok. Universitas Indonesia, 2012
5. Kuhfeld WF, 2000, Conjoint Analysis Examles, SAS Institut, Inc. <http://www.sawtooth software.com>. Diakses tanggal 23 April 2017
6. Erlina, 2016, Pengertian Atribut Produk, Termuat di <http://www.ilmu ekonomid.com/2016/11/pengertian-atribut-produk-unsur-unsur-dan-contohnya.html>. Diakses tanggal 23 April 2017
7. Mechinnenasa, 2011, Proses Perancangan Produk, Termuat di <http://mechinnenasa.blogspot.co.id/2011/05/proses-perancangan-produk.html>. Diakses tanggal 13 Agustus 2017
8. Purba, Hadi. 2008. Dimensi Kualitas Produk David Garvin. Termuat di <http://hardipurba.com/index.php/2008/10/30/delapan-dimensi-kualitas-david-garvin>. Diakses tanggal 11 Agustus 2017
9. Wikipedia. 2016. Sandal. Termuat di: <http://id.wikipedia.org/wiki/Sandal>. Diakses 23 April 2017