

ANALISIS PREFERENSI KONSUMEN DAN STRATEGI PEMASARAN FURNITUR DI KABUPATEN SAMPANG

Nur Afifaliana Mauludiah, Isdiana Suprpti
Program Studi Agribisnis
Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo Madura

ABSTRAK

Peningkatan jumlah hunian membawa dampak pada permintaan pasar yang semakin tinggi di bidang furnitur, salah satunya pada CV. Mebel Raihan Jaya. Banyaknya aspek yang berbeda-beda pada furnitur akan membentuk sebuah preferensi konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui kombinasi atribut, atribut yang paling dipertimbangkan dan strategi pemasaran pada CV. Mebel Raihan Jaya. Metode penelitian yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif menggunakan analisis konjoin dan skala likert. Jumlah responden sebanyak 65. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi atribut yang paling disukai adalah kualitas A3, ukiran minimalis, warna putih, kayu jati dan harga sesuai kualitas. Atribut yang paling dipertimbangkan secara berturut-turut yaitu warna, kualitas, jenis kayu, model dan harga. Penerapan strategi pemasaran menunjukkan bahwa segmenting di beberapa wilayah Kabupaten Sampang, jenis kelamin laki-laki maupun perempuan yang memiliki pekerjaan dengan umur 25-60 tahun dan produsen senantiasa mengikuti trend furnitur. Targeting berfokus pada konsumen laki-laki yang bertempat tinggal di Kecamatan Sampang yang memiliki pendapatan 2.000.000-5.000.000. Positioning CV. Mebel Raihan Jaya yaitu memberikan kualitas yang tinggi dan servis gratis kepada konsumen.

Kata Kunci : Furnitur, Konjoin, Preferensi, Strategi Pemasaran

ANALYSIS OF CONSUMER PREFERENCES AND MARKETING STRATEGIES FOR CV RAIHAN JAYA FURNITURE SAMPANG

ABSTRACT

The increase in the number of occupancy has an impact on higher market demand in the furniture sector, one of which is CV. Raihan Jaya Furniture. The many different aspects of furniture will form a consumer preference. The purpose of this research was to determine the combination of attributes, the most considered attributes and marketing strategies on CV. Raihan Jaya Furniture. The method of this research is descriptive quantitative analysis using conjoint analysis and summated rating scale. Total respondents is 65. The results showed that the most preferred attribute combination was A3 quality, minimalist carving, white color, teak wood and price according to quality. The attributes that are most considered are color, quality, type of wood, model and price. The application of the marketing strategy shows that in some areas of Sampang Regency, male and female gender who have jobs, 25-60 years old and manufacturers always follow furniture trends. Targeting focuses on male consumers who live in Sampang District who have an income of 2,000,000-5,000,000. Positioning CV. Raihan Jaya Furniture is to provide high quality and free service to consumers.

Keywords: Furniture, Conjoint, Preference, Marketing Strategy