

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara berkembang dan menempati urutan ke empat negara paling banyak penduduknya dengan jumlah populasi pada tahun 2020 sebesar 270,20 juta jiwa (BPS, 2021). Jumlah penduduk Indonesia dari tahun 2010 hingga 2020 mengalami peningkatan sebesar 1,25%. Sejalan dengan pertumbuhan penduduk yang terus meningkat, jumlah hunian di Indonesia juga mengalami peningkatan. Hunian dijadikan sebagai kebutuhan masyarakat untuk tempat tinggal maupun investasi. Adanya peningkatan hunian maka berdampak pada peluang bisnis dibidang furnitur untuk melengkapi isi didalam hunian tersebut.

Setiap tahunnya permintaan furnitur sangat tinggi di Indonesia mencapai Rp 10 triliun (Salim & Munadi, 2017). Industri furnitur selalu menunjukkan peningkatan disetiap tahunnya (Bahasan & Kodrat, 2021). Terdapat bermacam-macam jenis furnitur yang beredar di pasaran, salah satunya adalah furnitur berbahan kayu. Setiap konsumen memiliki selera yang berbeda dalam membeli furnitur untuk memenuhi keinginannya. Selera atau preferensi konsumen terhadap furnitur bergantung pada aspek-aspek yang ada pada produknya seperti kualitas, model/desain, jenis kayu dan harga. Analisis preferensi konsumen dapat digunakan oleh produsen untuk menyusun strategi terhadap produknya agar bisa berproduksi dan tetap diminati. Furnitur yang banyak beredar di pasaran salah satunya adalah furnitur jepara.

Produsen furnitur jepara tersebar di berbagai wilayah Indonesia, salah satunya adalah CV. Mebel Raihan Jaya yang lokasinya berada di Kota Sampang. Mebel Raihan Jaya merupakan produsen mebel jepara yang sudah berdiri sejak tahun 2009 dan terus mengalami perkembangan hingga saat ini. Usaha ini dijadikan sebagai penelitian dikarenakan lokasinya yang berada di pusat Kota Sampang sebagai pusat ekonomi dan lokasinya mudah dijangkau. Produk yang dipasarkan antara lain pintu, jendela, kursi makan, kursi tamu, dipan, lemari, *kitchen set* dan lain-lain. Namun produk yang paling sering terjual adalah kosen. Permasalahan pada CV. Mebel Raihan Jaya adalah pemasaran hanya dilakukan di kota usaha tersebut berada dikarenakan adanya penambahan ongkos kirim yang sangat mahal. Produk pada CV. Mebel Raihan Jaya tidak *ready stock* karena dikhawatirkan berbeda dengan selera konsumen. Banyaknya aspek yang ada pada produk mebel tersebut maka diperlukan adanya analisis preferensi konsumen untuk mengetahui bagaimana selera konsumen terhadap atribut-atribut yang ada sehingga bisa mengikuti *trend* yang sedang beredar di masyarakat serta menganalisis strategi *segmenting, targeting dan positioning* dalam memasarkan produknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Kombinasi atribut furnitur di CV. Mebel Raihan Jaya yang menjadi preferensi konsumen (2) Atribut yang paling dipertimbangkan konsumen dalam membeli furnitur di CV. Mebel Raihan Jaya dan (3) Mengetahui *segmenting, targeting dan positioning* pada CV. Mebel Raihan Jaya