

ABSTRAK

Salah satu jenis UMKM dengan tingkat persaingan tinggi adalah UMKM yang menyediakan hidangan seafood seperti restoran seafood. Seafood 21 Pekayon Jaya merupakan restoran seafood yang memiliki produknya berupa hidangan kepiting beku dalam kemasan. Seafood 21 Pekayon Jaya terus berusaha untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan cara mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Tidak hanya dengan mengembangkan produk, tetapi juga dengan mengetahui preferensi konsumen beserta karakteristik dari segmentasi pasar akan membantu Seafood 21 Pekayon Jaya dalam menyiapkan produknya. Untuk mengetahui preferensi dari konsumen digunakan metode conjoint analysis, dimana hasil dari analisis ini adalah atribut yang menjadi prioritas konsumen dalam membeli suatu produk. Atribut tersebut adalah berat kepiting, banyaknya saus, varian rasa, cara membuka kemasan, desain luar kemasan dan desain dalam kemasan. Kemudian untuk mengetahui segmentasi pasar dari hidangan kepiting beku digunakan metode K-mean clustering untuk mengelompokan responden kedalam cluster dengan karakteristik preferensi atribut masing-masing. Hasil penelitian menunjukkan konsumen memiliki nilai kepentingan pada atribut varian rasa sebesar 29,8%, berat kepiting sebesar 24,9%, cara membuka sebesar 16,13%, desain dalam sebesar 11,35%, desain luar sebesar 10,96%, dan banyaknya saus sebesar 6,86%.

Kata Kunci: Hidangan Kepiting, Makanan Beku, Conjoint Analysis, Cluster Analysis, Desain Produk