

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengembangan produk sambal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan kombinasi level atribut produk, membuat bentuk rancangan yang akan direalisasikan pada produk sesuai dengan keinginan konsumen dan juga mengetahui preferensi konsumen terhadap pelayanan, sehingga produsen dapat memperluas pasarnya di Jabodetabek. Pengolahan data dilakukan dengan metode *conjoint analysis* dan *cluster analysis* untuk membantu penentuan segmentasi pasar. Pengolahan data dengan menggunakan *hoshin kanri* untuk membantu mengetahui preferensi konsumen terhadap pelayanan UKM. Melalui penyebaran kuesioner diperoleh atribut yang menjadi pertimbangan antara lain tingkat kepedasan, ketahanan, banyaknya isi, harga, jenis kemasan, dan area desain stiker. Jumlah profil kombinasi dieliminasi dengan *orthogonal design* menggunakan *fractional factorial design* menjadi 16 profil kombinasi level atribut dan dianalisis sehingga terpilih kombinasi atribut dengan nilai utilitas tertinggi yaitu produk tingkat kepedasan Level 1-3, ketahanan 1-2 Minggu, banyaknya isi yaitu 100-150gr, dengan harga berkisar Rp 21.000 - Rp 25.000, Jenis kemasan yang digunakan yaitu botol plastik, dan area desain stiker yaitu stiker label menutupi kemasan. Berdasarkan segmentasi, preferensi produk dibagi menjadi 6 *cluster* yang digunakan untuk memudahkan dalam menentukan segmentasi pasar.

Kata Kunci: Sambal, *Conjoint Analysis*, *Cluster Analysis*, Desain Produk, *Hoshin Kanri*, *Importance Performance Analysis*.