

ABSTRAK

Stunner adalah salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berfokus di bidang *fashion* Wanita yang telah berdiri sejak tahun 2021. Stunner memanfaatkan kemajuan teknologi untuk membuka toko *online* mereka di *e-commerce* Shopee. Beberapa produk yang ditawarkan oleh Stunner adalah atasan, bawahan, *outer*, dan lainnya untuk wanita. Masalah dari Stunner adalah jumlah penjualan produk yang kalah dari pesaing sejenis. Oleh karena itu, diadakan observasi untuk mengetahui akar permasalahannya. Berdasarkan permasalahan tersebut, untuk memperkuat daya saing terhadap pesaing sejenis diperlukan penelitian lebih lanjut berupa sebuah Tugas Akhir dengan menggunakan *Multidimensional Scaling* (MDS).

Dalam Tugas Akhir ini, data input yang digunakan untuk pengolahan data adalah sampel data dari 150 pengguna *brand fashion* wanita. Hasil dari *perceptual mapping* menunjukkan adanya tiga wilayah persaingan. Berdasarkan perhitungan jarak terhadap setiap wilayah, ditemukan atribut-atribut yang akan ditekankan sebagai atribut perbaikan dalam merancang strategi posisi Stunner. Pada persaingan dengan wilayah A, atribut yang diutamakan adalah Pelayanan Chat Responsif dan Harga Produk. Pada persaingan dengan wilayah B, atribut yang diutamakan adalah Pelayanan yang Baik dan Pelayanan Chat Responsif. Sedangkan pada persaingan dengan wilayah C, atribut yang diutamakan adalah Variasi Warna dan Harga Produk. Kemudian atribut yang dipilih sebagai atribut perbaikan akan dianalisis rancangan strategi perbaikannya menggunakan *SWOT Analysis*. Rancangan strategi perbaikan pada wilayah A adalah membuat layanan admin bot (program computer) untuk layanan *customer service* di Shopee. Rancangan strategi perbaikan pada wilayah B adalah responsive dalam keluhan konsumen, agar hubungan terhadap consume tetap terjaga. Rancangan strategi perbaikan pada wilayah C adalah Melakukan kolaborasi produk baru dengan pesaing guna menciptakan variasi yang lebih menarik terhadap produk.

Kata Kunci: UMKM Stunner, Positioning, Multidimensional Scaling, Perceptual Mapping, SWOT Analysis.