

ABSTRAK

Raxsa.co Apparel merupakan sebuah brand UMKM di bidang *fashion* yang telah berdiri sejak September 2018. *Brand* ini menawarkan beragam jenis pakaian, dengan produk *T-shirt* menjadi unggulan dan mencatat penjualan tertinggi pada tahun 2022. Meskipun begitu, data penjualan menunjukkan bahwa target penjualan produk *T-shirt* belum tercapai. Survei konsumen mengungkapkan bahwa *brand* ini kurang dikenal dan kurang terlihat keunggulannya dibandingkan merek lainnya.

Penelitian perancangan perbaikan *positioning* bertujuan meningkatkan *brand awareness T-shirt* Raxsa.co Apparel melalui metode *Multidimensional Scaling* (MDS) dengan melihat gambaran hasil visual berupa *perceptual mapping* menurut preferensi konsumen dan analisis *SWOT* dengan mengidentifikasi Atribut Produk *T-Shirt* melalui jurnal terdahulu maupun buku untuk memperkuat atribut dan melakukan wawancara melalui *Voice of Customer* (VOC) dengan tiga tahap yaitu *Popularity Test*, *Rational Analysis of Factors* dan *Simulation of External Influence*.

Dalam perancangan strategi perbaikan *positioning*, dipertimbangkan atribut seperti Kualitas Bahan, *Durability*, Harga, Warna, *Perceived Value*, Kenyamanan, *Fashionable*, Kualitas Desain, *Brand Reputation*, dan Ukuran. Merek pesaing Raxsa.co Apparel adalah 3Second, Rown Divison, Sch. (Ooval Research), Bloods, dan NIMCO. Jumlah sampel yang diambil ini adalah 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Pada tahap pengolahan data, dilakukan verifikasi berdasarkan standar yang telah ditentukan untuk menghasilkan *perceptual mapping*.

Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai *R-Square* yang diperoleh adalah 0,98671 sedangkan nilai *Stress* sebesar 0,12269. Dari hasil *perceptual mapping*, ditemukan kekuatan pada Kualitas Bahan dan *Brand Reputation*, serta kelemahan pada *Durability* dan Ukuran. Oleh karena itu, direkomendasikan untuk merancang strategi *positioning* yang mempertimbangkan faktor internal dan eksternal Raxsa.co Apparel, termasuk kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Tujuan perancangan strategi *positioning* ini adalah meningkatkan *brand awareness* Raxsa.co Apparel dan memperkuat daya saing dengan pesaing aktual.

Kata kunci – *Fashion, Multidimensional Scaling, SWOT, Positioning, Perceptual mapping*.