

ABSTRAK

Di tengah ketatnya persaingan pasar *fashion* muslimah, MDM Boutique mengalami ketidaktercapaian target penjualannya pada bulan Juli – Oktober 2022. MDM Boutique juga mendapatkan *heartshare brand* yang rendah dibandingkan dengan kompetitor. Akar permasalahan terdapat pada faktor *brand*. Maka dari itu tujuan Tugas Akhir ini adalah merancang strategi *positioning* yang efektif. Metode yang digunakan adalah *multidimensional scaling* (MDS) yang menghasilkan *perceptual mapping*. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat digunakan sebagai strategi *positioning* suatu *brand*. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada 210 orang menggunakan skala *likert*. Hasil kuesioner diolah menggunakan IBM SPSS 23 menggunakan metode MDS yang menghasilkan *perceptual mapping* dengan *R-Square* sebesar 0,96858 dan *stress* sebesar 0,18870. Terdapat tiga wilayah persaingan yang di hasilkan dan pesaing aktual berada di wilayah A dan pesaing potensial pada wilayah B dan C. MDM Boutique bersaing dengan Yarashyma dan Zaha Indonesia pada wilayah A dan LUXE ID pada wilayah C. Atribut perbakan dari wilayah A adalah atribut variasi jenis, variasi ukuran, dan *loose fit cutting*. Sementara wilayah C adalah *store environment*, kualitas bahan, variasi warna, dan desain produk. Perbaikan *positioning* berdasarkan wilayah A adalah meningkatkan inovasi untuk melakukan penetrasi pada produk *oversized*, menambahkan variasi ukuran X dan XXL pada produk atasan, bawahan, dan terusan, melakukan inisiasi kerjasama dengan *supplier*, dan menambahkan variasi jenis atasan dan terusan dengan mempertimbangkan material kain yang digunakan. Perbaikan *positioning* untuk wilayah C adalah memperbaharui properti dengan membeli properti dengan harga terjangkau namun kualitasnya baik, ,melakukan benchmarking pada desain produk dari kompetitor untuk meningkatkan ragam dan *attractiveness* desain produk, melakukan penetrasi pasar dengan penawaran deasain produk yang bervariasi dan menarik, dan memilih kain dengan kualitas bahan yang baik untuk produk bawahan.

Kata Kunci — *Positioning, Multidimensional Scaling, Perceptual mapping, Analisis SWOT, Brand Fashion Muslimah*