

ABSTRAK

ASDP merupakan perusahaan perhubungan perairan terbesar di Indonesia yang menyediakan layanan penyebrangan yang dimudahkan dengan hadirnya aplikasi Ferizy. Ferizy merupakan sebuah akses layanan pemesanan tiket *online* yang memudahkan pengguna untuk memesan tiket keberangkatan pengguna jasa. Namun sayangnya, ASDP memiliki beberapa permasalahan yang sedang dihadapi. Salah satunya ialah brand *awareness* aplikasi Ferizy masih lemah dimata pengguna jika dibandingkan dengan para pesaingnya yakni Fly Garuda, KAI Access, DAMRI App, dan PELNI App. Untuk menyelesaikan permasalahan tersebut maka perlu dilakukan adanya perbaikan strategi *positioning*. Tujuan dari Tugas Akhir ini adalah untuk menghasilkan rancangan perbaikan *positioning* yang tepat untuk dapat diterapkan oleh PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) dan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki oleh PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) untuk mengimplementasikan rancangan strategi *positioning* Aplikasi Ferizy. Untuk menemukan solusi atas permasalahan yang dihadapi maka dilakukan pengolahan data berdasarkan pengumpulan data melalui kuesioner terkait persepsi pengguna dengan menggunakan metode *Multidimensional Scaling* (MDS) serta analisis menggunakan SWOT. Atribut kemudahan dalam penggunaan, keamanan bagi pengguna, kemudahan metode pembayaran, desain aplikasi yang menarik, fleksibilitas pemesanan, promosi yang menarik, aplikasi informatif, responsivitas pelayanan *customer service*, kehandalan aplikasi, dan variasi destinasi perjalanan yang menjadi dasar pertimbangan dalam penelitian tugas akhir ini. Dari pengolahan data yang dihasilkan Ferizy masuk kedalam wilayah persaingan C bersama dengan PELNI App sebagai pesaing aktual. Hasil penelitian Tugas Akhir ini berupa rancangan perbaikan strategi *positioning* Aplikasi Ferizy PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) untuk meningkatkan persepsi konsumen dalam bersaing dengan kompetitor dengan berdasarkan atribut Kehandalan Aplikasi dan Responsivitas Pelayanan Customer Service. Hasil tersebut juga diikuti oleh rancangan alternatif pada Wilayah persaingan B dengan aplikasi Fly Garuda dan DAMRI App sebagai pesaing potensial dengan atribut Promosi yang menarik, Keamanan bagi pengguna dan aplikasi yang informatif

sebagai pertimbangan pembuatan strategi. Implementasi rancangan yang bisa dilakukan PT ASDP Indonesia Ferry (Persero) ialah pengembangan aplikasi lebih lanjut, promosi dengan lebih efektif, kolaborasi dan kemitraan dengan pihak tertentu, dan melakukan pelatihan guna meningkatkan keunggulan atribut dari Aplikasi Ferizy. Melalui hasil penelitian ini dapat juga digunakan sebagai referensi literatur, sumber informasi dan bahan pengembangan untuk penelitian selanjutnya.

Kata kunci : Ferizy, Positioning, Multidimensional Scaling, SWOT Analisis