

ABSTRAK

Indonesia menjadi salah satu negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia. Dengan populasi muslim yang mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun 2023, Indonesia tidak hanya menjadi negara dengan mayoritas muslim terbesar, tetapi juga menjadi pasar potensial yang signifikan bagi industri *fashion* muslim global. Penjualan hijab di Indonesia cukup tinggi sejalan dengan meningkatnya konsumsi *fashion* muslim di Indonesia. Odelia Hijab merupakan salah satu *brand* busana muslim Indonesia yang telah berdiri sejak 8 Agustus 2022 dan berlokasi di kompleks Puri Indah No B3/1 Jatinangor, Kab Sumedang, Jawa Barat. Dalam sebelas bulan terakhir Odelia Hijab mempunyai beberapa gejala masalah diantaranya penjualan yang tidak mencapai target, tingkat *heart share*, dan diferensiasi yang rendah, pemanfaatan media penjualan seperti *e-commerce* yang belum maksimal dibandingkan dengan kompetitor sejenisnya. Metode *Multidimensional scaling* (MDS) dan analisis SWOT akan digunakan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam tentang penilaian konsumen terhadap Odelia Hijab. Dari pengolahan data yang dihasilkan Odelia Hijab masuk kedalam wilayah C bersama Shaybee sebagai pesaing aktual. Hasil penelitian Tugas Akhir ini berupa rancangan perbaikan strategi *positioning* Odelia Hijab dalam bersaing dengan kompetitor dengan berdasarkan atribut kualitas bahan produk dan desain produk yang menarik. Hasil tersebut juga diikuti oleh rancangan alternatif pada Wilayah persaingan A dengan *brand* Elzatta Hijab, Deenay Scarves, dan Hijabic.id, yang dianggap sebagai kompetitor potensial dengan atribut perbaikan yang terpilih yaitu atribut reputasi brand, variasi jenis produk, variasi warna produk, dan variasi model produk. Implementasi rancangan yang bisa dilakukan Odelia Hijab adalah mengoptimalkan rumah produksi serta hubungan baik dengan *supplier*, Peningkatan status menjadi Shopee Mall, Mengikuti pelatihan *Online Artificial intelligence* (AI) desain, Menjalin kerja sama yang baik dengan supplier baru, dan Melakukan kolaborasi atau perbandingan performa brand dengan kompetitor.

Kata kunci — *Positioning, Multidimensional Scaling, Perceptual Mapping, SWOT Analysis, Odelia Hijab, Brand Hijab.*