

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong pertumbuhan berbagai sektor industri, termasuk industri jasa fotografi. Perkembangan tren *self-photo studio* di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan tingginya minat generasi Z terhadap fotografi dan media sosial. Frei Studio merupakan salah satu pelaku bisnis *self-photo studio* di Kota Bekasi yang mengalami pemberhentian operasional sejak bulan November 2024 akibat tidak tercapainya target penjualan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh lemahnya diferensiasi *brand* maupun rendahnya aktivitas komunikasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi perbaikan positioning Frei Studio untuk memperkuat daya saing saat operasional Frei Studio berjalan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Multidimensional Scaling* (MDS) untuk memvisualisasikan *perceptual mapping* berdasarkan persepsi konsumen. Penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi atribut *brand* melalui studi literatur terdahulu dan wawancara, kemudian dilakukan pembuatan dan penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk mendapat data persepsi menurut konsumen. Hasil pemetaan yang diperoleh menggunakan *perceptual mapping* didapatkan tiga wilayah persaingan, dengan Wilayah A didominasi oleh Daily Space Studio yang unggul dalam atribut promosi, keunikan konsep, dan lokasi. Wilayah B didominasi oleh Etive Studio yang unggul dalam atribut harga produk dan fasilitas studio. Kemudian wilayah C ditempati oleh tiga brand, yaitu Frei Studio, Kaveslo Studio, dan Seori Studio yang unggul dalam atribut kualitas foto, kualitas pelayanan, dan kenyamanan studio. Perbedaan ini menunjukkan adanya celah strategi yang dapat dimanfaatkan oleh Frei Studio untuk menonjolkan identitas *brand* lebih kuat. Berdasarkan analisis SWOT, dirancang sejumlah strategi seperti pengembangan diferensiasi *brand* melalui *value proposition* yang menonjol serta penguatan identitas *brand* sebagai upaya untuk memperkuat posisi *brand*. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam pengambilan Keputusan strategis bagi industri fotografi khususnya brand Frei Studio.

Kata Kunci: *Positioning, Multidimensional Scaling (MDS), Perceptual Mapping, Analisis SWOT, Self-Photo Studio, Frei Studio*