

ABSTRAK

PT Insan Agritama Teknologi atau biasa disebut Inagri merupakan perusahaan yang merepresentasikan sebuah layanan pemasok sayuran kepada restoran, hotel, dan catering. Inagri memiliki *positioning* berupa *startup* yang memberikan pelanggan kemudahan pemesanan, memiliki beragam komoditas, dan harga yang terjangkau. Namun pada kenyataannya tidak sesuai dengan yang ditawarkan. Hal tersebut diketahui karena terjadinya penurunan pelanggan setiap bulannya karena pelanggan tidak meneruskan pemesanan kepada Inagri. Berdasarkan wawancara kepada beberapa pelanggan dari wawancara kepada beberapa pelanggan dari Inagri salah satunya yaitu Fameals Cathering dan Mie Baso Ramdan yang menyatakan bahwa waktu pengiriman bahan makanan segar yang masih terlambat dan tidak adanya pemberitahuan stok bahan komoditas.

Pada penelitian ini dilakukan penggalan atribut terhadap 10 responden sehingga didapatkan 10 atribut yaitu pengiriman, kualitas, harga, jaminan dan kebijakan, fleksibilitas, riwayat kinerja *supplier*, beragam komoditas, kemudahan pemesanan, sistem komunikasi yang mudah, ketersediaan bahan. Pada penelitian ini dilibatkan 80 responden yaitu pelanggan yang memiliki restoran, catering dan hotel, lalu hasil dari rekapitulasi kuesioner selanjutnya dijadikan data *input* untuk pengolahan data MDS menggunakan SPSS 25.

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah berupa *perceptual mapping* yang menggambarkan posisi PT Insan Agritama Teknologi atau Inagri dibandingkan pesaingnya. Terdapat sembilan atribut yang lemah dari Inagri, jika dibandingkan dengan pesaingnya Tani Hub. Oleh karena itu, adanya rekomendasi perbaikan terhadap setiap atribut Inagri perbaikan yang dapat diterapkan oleh Inagri agar dapat meningkatkan *brand image* yang dimiliki.

Kata Kunci: Inagri, *Perceptul Mapping*, *Multidimensional Scaling*.