

## ABSTRAK

Kliktrip adalah salah satu merek aplikasi *Online Travel Agent* dengan jenis layanan pemesanan *daytrip* dan aktivitas di Indonesia yang didirikan sejak tahun 2018. Dalam beberapa tahun terakhir Kliktrip mengalami beberapa gejala permasalahan diantaranya adalah penurunan pendapatan pada tahun kedua dan rendahnya tingkat diferensiasi merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip berdasarkan persepsi pelanggan dibandingkan dengan merek aplikasi *Online Travel Agent* lainnya. Berdasarkan gejala permasalahan tersebut dapat disimpulkan bahwa merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip lemah dalam persepsi pelanggan aplikasi *Online Travel Agent* dikarenakan pelanggan cenderung tidak mengetahui keunggulan yang ditawarkan oleh merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip. Untuk dapat berhasil dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor bisnis lainnya, perlu dilakukan pengembangan secara berkelanjutan dengan membangun diferensiasi kompetitif dengan cara merancang dan melakukan perbaikan strategi *positioning*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk: (1) Merancang strategi perbaikan *positioning* merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip dan (2) Mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki oleh merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip untuk mengimplementasi strategi perbaikan *positioning* merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip. Populasi pada penelitian ini adalah penduduk Indonesia yang menggunakan aplikasi *Online Travel Agent*. Sampel yang digunakan untuk pengolahan data pada penelitian ini berjumlah 213 orang. Berdasarkan hasil dari *perceptual mapping*, didapatkan 4 kelompok wilayah persaingan, merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip berada pada wilayah yang sama dengan merek aplikasi *Online Travel Agent* Explorer.id yang menjadikannya sebagai pesaing utama dari merek aplikasi *Online Travel Agent* Kliktrip. Hasil dari penelitian ini merupakan rancangan strategi perbaikan *positioning* pada atribut yang menjadi dasar kompetisi dalam wilayah persaingan Kliktrip dan Explorer.id. Hal tersebut menjadi dasar pertimbangan untuk Kliktrip dalam mencapai tujuan yang akan dicapai.

**Kata Kunci:** *Kliktrip, Aplikasi Online Travel Agent, Positioning, Multidimensional Scaling, Perceptual Mapping, SWOT.*