

ABSTRAK

Fashion merupakan kebutuhan primer yang dibutuhkan oleh masyarakat. Worckhome Denim Company merupakan UMKM yang bergerak pada industri *fashion*. Perusahaan tersebut menghasilkan berbagai produk diantaranya celana denim, celana chino, jaket denim, dan totebag. UMKM tersebut menjualnya di beberapa *e-commerce*, salah satunya adalah Shopee. Penilaian yang didapatkan oleh Worckhome Denim Company pada *e-commerce* tersebut bagus sehingga produk-produk yang diproduksi oleh UMKM tersebut diterima oleh pasar. Produk celana denim mendapatkan persentase penjualan tertinggi dari produk-produk lainnya. Berdasarkan data penjualan selama hampir dua tahun, grafik penjualan celana denim cenderung meningkat namun jika dibandingkan dengan *market share* yang ada, penjualan celana denim Worckhome Denim Company berada di bawah diantara kompetitor-kompetitor lainnya. Identifikasi akar permasalahan perlu dilakukan sehingga didapatkan tiga akar komponen masalah yaitu mengenai SDM, metode penjualan, dan *brand awareness*. Berdasarkan penilaian alternatif solusi, perancangan perbaikan *positioning* produk merupakan solusi yang bisa menyelesaikan masalah yang dialami oleh Workchome Denim Company.

Metode yang tepat untuk permasalahan Worckhome Denim Company yaitu memerlukan analisis *perceptual mapping* dari persepsi konsumen dengan metode *Multidimensional Scalling* (MDS). Metode tersebut akan menghasilkan atribut-atribut yang ditentukan berdasarkan VOC, penelitian terdahulu, studi literatur, dan *problem owner*. Atribut-atribut terpilih akan dikemas dalam bentuk kuesioner yang akan disebarkan kepada target responden. Hasil kuesioner tersebut akan diolah dengan menggunakan metode MDS. Pada metode MDS akan menghasilkan *perceptual mapping* yang didapatkan dengan jarak *eucliden* yang terdiri dari atribut dan *brand*. *Perceptual mapping* akan membagi wilayah dan memetakannya berdasarkan keunggulan atribut serta persaingan antar *brand*. Perlu dilakukannya analisis tiap masing masing wilayah sehingga bisa mendapatkan prioritas atribut, kompetitor terdekat, dan keunggulan atribut apa saja yang dimiliki oleh *brand*. Hasil yang

diharapkan adalah dapat membantu Worckhome dalam merancang perbaikan *positioning* sehingga Worckhome dapat bersaing dan tetap relevan dengan kompetitor serupa.

Hasil yang didapatkan untuk Worckhome yaitu Worckhome berada di wilayah A dimana terdapat tidak ada kompetitor yang berada satu wilayah dengannya. Workchome hanya unggul pada atribut jenis bahan dan ukuran pinggang. *Value proposition* yang ingin disampaikan oleh *problem owner* yaitu menggunakan jenis bahan yang berkualitas dengan memiliki keunikan tersendiri pada motif saku dan juga dapat digunakan oleh berbagai kalangan terutama pria. Namun beberapa pertimbangan perlu adanya perubahan *value proposition* yang menyesuaikan terhadap permintaan konsumen yaitu hanya pada jenis bahan saja. Maka dari itu hasil solusi yang harus dilakukan adalah menonjolkan *value proposition* yang diinginkan oleh *problem owner* di media sosial seperti Tiktok dan Instagram yaitu memperbaiki tagline yaitu “*Be Cozy, Be You*” di media sosial sehingga konsumen tidak fokus dengan kelemahan sehingga menarik banyak konsumen. melakukan analisis strategi pemasaran kompetitor untuk menggali informasi sehingga dapat relevan dengan kompetitor serupa, dan mengembangkan, meningkatkan, dan mempertahankan keunggulan produk dengan memperhatikan atribut celana denim di berbagai media sosial sehingga mampu untuk bersaing dengan kompetitor lainnya

Hasil rancangan yang sudah diusulkan pada Worckhome diharapkan akan memiliki beberapa manfaat yaitu yang pertama adalah pada masa yang akan datang, Workchome dapat meriset pasar dengan mandiri sehingga dapat menjadi usaha yang maju dan tidak bergantung pada pihak lain. Kedua yaitu dengan *tagline* yang baru maka target konsumen akan mengetahui keunggulan produk Worckhome dan akan meningkatkan penjualan secara besar. Ketiga yaitu tetap relevan dari kompetitor-kompetitor lainnya sehingga tidak ada persaingan pasar yang ketat sehingga Worckhome bisa bersaing dengan kompetitor serupa.

Kata kunci: Celana Denim, Positioning, MDS, Atribut, Brand, Euclidean