

ABSTRAK

Perkembangan bisnis parfum lokal di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat baik selama beberapa tahun terakhir. Hal ini berarti bahwa ketertarikan pasar Indonesia akan parfum lokal terus menerus mengalami kenaikan. Salah satu *brand* lokal yang menjadi pelaku usaha di bidang parfum di Indonesia adalah Readysset *Perfumery*, Readysset *Perfumery* memiliki beberapa gejala permasalahan. Gejala-gejala tersebut seperti tren penjualan yang masih dibawah dari tren penjualan nasional serta pangsa pasar Readysset *Perfumery* yang rendah dibandingkan beberapa kompetitor parfum lokal lainnya. Hal ini dikarenakan tingkat *heart share* dan diferensiasi yang rendah dengan kompetitor, serta penerapan program komunikasi pemasaran yang belum optimal. Setelah dilakukan proses observasi yang mendalam, dapat diidentifikasi tiga aspek yang akan dilakukan perbaikan pada *brand* yaitu dengan melakukan perancangan strategi *positioning* untuk memperkuat daya saing dalam menghadapi kompetitor di pasar parfum lokal.

Pada Tugas Akhir ini data input yang digunakan untuk pengolahan data yaitu sampel data dengan jumlah 150 pengguna *brand* parfum lokal. Kondisi persaingan berdasarkan posisi masing-masing merek dan atribut pada *Perceptual Mapping* terbagi menjadi tiga wilayah persaingan yang dikodekan dengan wilayah A, wilayah B, dan wilayah C. Pada wilayah A dikuasai oleh Saff n Co. dengan atribut Popularitas *Brand*. Wilayah B dikuasai oleh Alchemist *Fragrance* dengan atribut Desain Kemasan. Wilayah C ditempati oleh tiga merek, yaitu De.Claire's, Readysset *Perfumery*, dan Mine *Perfumery*. Ketiga merek tersebut dipersepsikan kuat pada atribut variasi aroma dan variasi ukuran. Dalam memperoleh rancangan perbaikan positioning dilakukan identifikasi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* (SWOT) pada setiap atribut yang menjadi dasar rancangan strategi positioning Readysset *Perfumery* dengan melihat aspek-aspek penting dari internal dan eksternal pada Readysset *Perfumery*.

Kata kunci: *Positioning, Multidimensional Scaling, Perceptual Mapping, SWOT Analysis, Brand Parfum Lokal, Readysset Perfumery.*