

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang baik untuk dikembangkan guna mendukung perkembangan ekonomi secara makro maupun mikro. Perkembangan UMKM di Indonesia setiap tahunnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Kelemahan yang dihadapi oleh UMKM meliputi beberapa hal diantaranya: kurangnya manajerial dalam aspek produksi serta pemasaran, persaingan dengan usaha lain yang semakin banyak setiap harinya, dan desakan ekonomi yang terjadi di Indonesia. Salah satu UMKM yang mengalami masalah tersebut adalah CV. BIN ALWI. Permasalahan yang dialami oleh UMKM ini adalah banyaknya sarung dengan merk terkenal yang dipasarkan di wilayah Gresik membuat CV. BIN ALWI mengalami persaingan sehingga menyebabkan CV. BIN ALWI berpotensi mengalami penurunan penjualan. Masalah tersebut dapat diselesaikan dengan menentukan *Positioning* produk menggunakan metode *Multidimensional Scalling* (MDS). *Multidimensional Scalling* (MDS) merupakan teknik untuk melakukan pemetaan persepsi serta memberikan representasi visual objek. *Positioning* produk dilakukan berdasarkan beberapa aspek yaitu, motif, warna, kualitas, harga, dan merk. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa terjadi persaingan pada aspek warna dan merk. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa CV. BIN ALWI perlu meningkatkan dua aspek tersebut agar dapat memenangkan persaingan dengan merk lain.

Kata kunci : UMKM, *Positioning*, *Multidimensional Scalling* (MDS).

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are good businesses to be developed to support macro and micro economic development. The development of MSMEs in Indonesia each year has increased significantly. Weaknesses faced by MSMEs include several things including: lack of managerial in terms of production and marketing, competition with other businesses that are increasing every day, and economic pressures that occur in Indonesia. One of the SMEs experiencing this problem is CV. BIN ALWI. The problem experienced by MSMEs is that the number of sarongs with well-known brands marketed in the Gresik area makes CV. BIN ALWI experienced competition, causing CV. BIN ALWI has the potential to experience a decline in sales. This problem can be solved by determining the product Positioning using the method Multidimensional Scaling (MDS). Multidimensional scaling (MDS) is a technique for mapping perceptions and providing a visual representation of objects. Positioning is Product done based on several aspects, namely, motif, color, quality, price, and brand. The results of the research show that there is competition in the aspect of color and brand. From these results it can be concluded that CV. BIN ALWI needs to improve these two aspects in order to win the competition with other brands.

Keywords: MSMEs, Positioning, Multidimensional Scaling (MDS).