

STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN *BRAND*

***AWARENESS* PRODUK MORISDIAK**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada Produk Morisdiak Periode 2018)

ABSTRAK

Di keadaan teknologi yang semakin modern ini kondisi lingkungan bisnis suatu perusahaan dilihat dari keberhasilan perencanaan bisnis yang telah dibuat. Saat ini telah bermunculan banyak sekali merek kerajinan tangan kain tenun yang ditawarkan kepada konsumen. Maka untuk merebut hati para konsumennya maka suatu merek harus berkonsentrasi sebisa mungkin memperluas jangkauan mereknya. Setiap perusahaan perlu memanfaatkan sumber dayanya secara optimal untuk mendapatkan inovasi produk baru agar perusahaannya semakin maju dan tidak hanya berjalan di satu produk saja. Seperti halnya dengan Morisdiak, untuk menjadi pilihan konsumen sangat penting bagi Morisdiak dengan inovasi-inovasi produknya untuk membangun *brand awareness* konsumen. *Brand awareness* dapat menciptakan suatu nilai tertentu bagi konsumen, ketika sebuah merek sudah dikenal maka merek tersebut cenderung menjadi pilihan konsumen yang kemudian membawa merek tersebut disukai oleh banyak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan Morisdiak dalam mengenalkan dan memberikan ingatan terhadap suatu merek kepada calon konsumen, sehingga dengan mengingat suatu merek dapat membuat konsumen menjadi loyal terhadap produk yang telah dipasarkan. Penelitian ini didasarkan pada observasi dan wawancara dengan narasumber dari Owner Morisdiak dan beberapa pelanggan yang datang ke store tempat dimana produk Morisdiak dititipkan yang berada di Yogyakarta.

Hasil penelitian yang didapat dari rangkuman pernyataan dan sejumlah informasi dari aktivitas observasi dan wawancara tersebut dapat diperoleh materi untuk melakukan analisis terhadap konsep strategi *Brand Awareness* yang dilakukan Morisdiak dalam meningkatkan loyalitas pelanggan yang akan membawa Morisdiak ke tahap *Market Leader*.

Kata kunci : Produk Morisdiak, *Brand Awareness*, Aspek-aspek Komunikasi Pemasaran, Unsur-unsur Komunikasi

**MARKETING STRATEGY IN INCREASE BRAND AWARENESS OF
MORISDIAK PRODUCTS**

(Qualitative Descriptive Study of Morisdiak Products for the Period of 2018)

ABSTRACT

In the increasingly modern state of technology, the condition of a company's business environment is seen from the success of business planning that has been made. In this time there have been many brands of woven fabric handicrafts offered to consumers. So to win the hearts of consumers, a brand must concentrate as much as possible to expand the reach of its brand. Every company needs to utilize its resources optimally to get new product innovations so that the company will progress and not only run on one product. As with Morisdiak, to be a consumer choice is very important for Morisdiak with its product innovations to build consumer brand awareness. Brand awareness can create a certain value for consumers, when a brand is known, the brand tends to be the choice of consumers who then bring the brand favored by many consumers.

This research to find out how Morisdiak's ability to introduce and provide memories of a brand to prospective customers, so that remembering a brand can make consumers loyal to products that have been marketed. This research was based on observations and interviews with resource persons from Owner Morisdiak and several customers who came to the store where Moris products were not stored in Yogyakarta.

The results obtained from the summary statement and a number of information from the observation and interview activities can be obtained material to conduct an analysis of the concept of Brand Awareness strategy carried out by Morisdiak in increasing customer loyalty which will bring Moris to the Market Leader stage.

Keywords: Morisdiak Products, Brand Awareness, Aspects of Marketing Communication, Elements of Communication