

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

JK Watch merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang *fashion* yang berasal dari Kabupaten Kulon Progo yang bisa dibilang masih muda yaitu kurang lebih 3 tahun dari tahun berdirinya. JK Watch berusaha bersaing dan menduduki level yang sama dengan kompetitor kompetitor pendahulunya yang lebih dahulu terjun di dunia *fashion* khususnya di bidang jam tangan kayu. Karena JK Watch tergolong masih baru maka dari itu fokus dari promosi yang dilakukan oleh pihak JK Watch adalah berupaya untuk meningkatkan brand awareness terhadap konsumen akan keberadaan brand tersebut.

Fokus media yang digunakan oleh JK Watch untuk melakukan promosi yaitu dengan mengikuti pameran- pameran disetiap bulanya atau minimal 3 bulan sekali baik itu di Yogyakarta maupun diluar kota Yogyakarta. Hal ini dikarenakan dengan media pameran JK Watch akan lebih efektif dan akan lebih dekat dengan kosumenya dan mengetahui kondisi pasar yang ada.

Fokus pemasaran yang JK Watch gunakan adalah untuk meningkatkan *brand awareness* kepada konsumen bahwa JK Watch adalah jam tangan kayu *handmade* yang prosesnya dibuat secara manual. Melihat gencarnya promosi yang dilakukan oleh JK Watch lebih sering menggunakan pameran sebagai media berpromosi, baik didalam maupun diluar Yogyakarta.

Secara umum setiap bauran promosi yang dilakukan oleh JK Watch tidak hanya menunjuk kepada peningkatan brand awareness kepada masyarakat akan tetapi ada beberapa bauran promosi yang di tujukan untuk meningkatkan penjualan seperti *sales promotion*, dan *direct marketing*. Adapun bauran promosi yang dilakukan untuk meningkatkan brand awarenss diantaranya adalah periklanan, publisitas, pameran / *event*, *word of mouth*. Untuk saat ini sendiri bagi JK Watch yang memang dirasa paling besar dalam meningkatkan kesadaran akan merek adalah melalui pameran / *event* karena dengan adanya pameran tersebut calon konsumen dapat dengan langsung merasakan *experience* dalam menggunakan jam dari JK Watch sendiri. Akan tetapi dengan harga produknya yang bisa dibilang mahal dapat menghalangi terjadinya penjualan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti dapat memberikan saran saran yang dapat dijadikan pertimbangan :

1. Perlunya meningkatkan frekuensi dalam melakukan promosi, hal itu dilakukan agar masyarakat semakin sering melihat dan mendengar *brand* JK Watch dan akan berdampak pada kesadaran masyarakat akan *brand* tersebut.
2. Diharapkan adanya fokus pada media selain pameran apabila dirasa dengan promosi melalui pameran sudah efektif. Misalnya saja melalui media iklan di televisi atau radio. Karena di media televisi memperhatikan visual gambar yang lebih bisa menarik perhatian

konsumen dan jangkauan yang lebih luas. Sedangkan iklan melalui media elektronik radio dapat menjadi alternatif lain dalam kegiatan promosi JK watch

3. Perlu adanya pengembangan media seperti internet dalam melakukan kegiatan promosi karena target sasaran JK Watch ada anak muda yang mana di era digital seperti ini anak muda dan internet sudah tidak bisa dipisahkan lagi.
4. Diharapkan kedepannya diadakan budget lebih untuk kegiatan promosi, mengingat anggaran untuk kegiatan promosi JK Watch selama ini masih tergolong minim, sehingga kegiatan promosi kurang maksimal. Mengingat media elektronik televisi dan radio merupakan media media yang memerlukan budget yang tidak sedikit, diharapkan kedepannya dengan adanya budget yang maksimal, dan juga adanya rincian penggunaan media yang akan digunakan untuk melakukan kegiatan promosi.
5. Perlu adanya kegiatan yang *continue* dalam melakukan suatu kegiatan promosi, mengingat bahwa tujuan dari komunikasi JK Watch adalah meningkatkan *brand awareness* maka diperlukan adanya sebuah komunikasi yang berulang - ulang.
6. Perlunya evaluasi dan rapat yang lebih mendalam terhadap kegiatan promosi yang dilakukan JK Watch. Apakah target penjualan terpenuhi atau belum, strategi yang digunakan sudah tepat atau belum. Sebuah evaluasi untuk mengetahui seberapa efektif sebuah promosi tersebut

dilakukan untuk mengetahui hasil dari tujuan promosi tersebut dalam membangun kesadaran merek terhadap konsumen.

7. Diharapkan kedepannya diadakan divisi khusus yang bertugas merancang strategi promosi ataupun publikasi yang dilakukan oleh JK Watch, mengingat selama ini seluruh tanggung jawab kegiatan promosi JK Watch sebagian besar dipegang oleh owner dan marketing.
8. Memanfaatkan media iklan (*advertising*) lain sehingga kedepannya dapat lebih memaksimalkannya. Iklan seharusnya dapat dibuat semenarik mungkin dengan pesan yang unik dan desain atau visual yang menarik. Selama ini iklan di media cetak yang digunakan hanya sebatas iklan baris yang memberikan informasi tentang alamat gerai, dan *website* dari JK Watch. Selain itu memanfaatkan media lain seperti media televisi maupun radio.
9. Jika memang ingin lebih mefokuskan untuk meningkatkan kesadaran merek sebaiknya JK Watch meningkatkan frekuensi dari bauran promosi seperti *advertising*, dan pameran karena bauran promosi tersebut memiliki karakteristik yang menasar kepada konsumen agar lebih mengenal produk JK Watch.
10. Harga produk yang di jual JK Watch dirasa terlalu mahal untuk kalangan kaum *millenials* pada khususnya, akan lebih baiknya JK Watch dapat memangkas biaya produksi yang bertujuan agar harga setiap unitnya juga dapat berkurang. Karena harga yang terlalu mahal dapat menghambat setiap penjualan produk JK Watch.