

ABSTRAK

Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dalam bidang industri. Artinya, di daerah Yogyakarta sendiri usaha yang menghasilkan produk lokal semakin banyak. Salah satu produk yang diproduksi oleh perusahaan lokal atau usaha lokal yang ada di Yogyakarta, adalah Produksi Tas dan dompet yang diproduksi asli oleh orang Yogyakarta dan di beri nama PW. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan, implementasi dan kendala dari bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PW Production. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian deskriptif dimana peneliti memperoleh data primer dengan melakukan wawancara, observasi serta analisis data dokumen yakni dokumentasi pribadi yang di dapatkan saat observasi berupa gambar atau dokumen. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait, melakukan observasi langsung di beberapa lokasi untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari pemilik PW *Production*. Hasil dalam penelitian ini adalah PW *Production* dalam memperkenalkan hingga menjual produk PW menggunakan bentuk komunikasi pemasaran yang berdasar pada *promotion mix* yakni pemasaran langsung dengan membuka kios, kerjasama dengan agen perantara yakni swalayan dan pengecer atau bisa juga disebut *sales promotion* yang berorientasi kepada pedagang, dan juga WOM (*Word Of Mouth*). Peneliti juga mendapatkan hasil bahwa pengetahuan menjadi hambatan dalam perencanaan bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan, sehingga dengan analisis mengenai bagaimana komunikasi pemasaran yang digunakan serta apa yang menjadi kelebihan dan kekurangannya diharapkan kedepannya dapat memberikan manfaat bagi PW *Production*.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Produk Lokal, PW *Production*, Tas dan Dompet Wanita

ABSTRACT

Yogyakarta Special Region from year to year has increased in the field of industry. That is, in the area of Yogyakarta alone business that produces more and more local products. One of the products produced by local companies or local businesses in Yogyakarta, is the Production of Bags and wallets that are manufactured by the people of Yogyakarta and named PW. The purpose of this research is to know how to plan. Implementation and constraint of marketing communication form conducted by PW Production. This research uses qualitative research type with descriptive research method where the researcher get primary data by doing interview, observation and analysis of document data that is personal documentation which get in observation in the form of picture or document. Data collection techniques by conducting interviews with related parties, make direct observations in several locations to collect data obtained from PW Production owners. The result of this research is PW Production in introducing to selling PW product using marketing communication form based on promotion mix that is direct marketing by opening kiosk, cooperation with intermediary agent that is self-service and retailer or also called sales promotion oriented to merchant, and also WOM (Word Of Mouth). Researchers also get the result that knowledge becomes an obstacle in planning the form of marketing communications conducted, so with the analysis of how marketing communications are used and what the advantages and disadvantages expected future will provide benefits for PW Production.

Keywords: *Marketing Communications, Local Products, PW Productions, Handbags and Women's Wallets*