



# Meningkatkan Kesadaran Merek Melalui Periklanan dan Hubungan Masyarakat

Komunikasi merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam menjalankan usahabisnis. Kemampuan berkomunikasi akan memberikan dampak yang positif diantaranya adalah penerimaan produk yang lebih cepat, pemahaman produk yang lebih baik, dan membangun hubungan dengan pelanggan yang lebih efektif.

Dalam menjalankan usaha, pemilikbisnis harus memahami mengenai komunikasi pemasaran yang terintegrasi. Komunikasi pemasaran yang terintegrasi atau sering dikenal dengan IMC (Integrated Marketing Communication) merupakan kemampuan untuk

mengintegrasikan dan mengkoordinasikan semua saluran komunikasi perusahaan untuk menyampaikan pesan yang jelas, konsisten, dan menyehatkan mengenai Perusahaan dan produknya.

IMC ini terdiri dari periklanan, penjualan pribadi, promosi penjualan, hubungan masyarakat, pemasaran langsung dan pemasaran digital. Dalam mengembangkan komunikasi pemasaran yang efektif, maka langkah yang harus dilakukan pemasar adalah mengidentifikasi target

audiens, menentukan tujuan dari komunikasi, merancang pesan,

tuk membangun kesadaran merek konsumen terhadap produk mereka. Membuat iklan yang menarik merupakan faktor keberhasilan suatu produk dapat dikenal masyarakat. Akan tetapi dalam penerapannya perlu diperhatikan tujuan dan anggaran dalam pembuatan iklan tersebut.

Ada beberapa tujuan dari periklanan, antara lain: pertama untuk memperkenalkan produk, kedua untuk membandingkan produk, dan ketiga adalah untuk membujuk konsumen membeli produk.

Anggaran yang ditetapkan dalam membuat iklanpun harus diperhitungkan dengan baik agar mendapatkan ROI (Return on Advertising Investment) yang memadai. Pemasar juga perlu memperhatikan efek dalam membuat iklan agar tidak terjadi bias ataupun perbedaan persepsi konsumen. Iklan yang baik bukan hanya menarik tapi juga mencerminkan reputasi dari perusahaan tersebut. Jenis iklan yang dibuat saat ini lebih mengutamakan kepedulian pada lingkungan dan masyarakat yang akan dikaitkan dengan merek produk. Hal ini dianggap cukup berhasil mengingat adanya peningkatan perhatian masyarakat pada kelestarian lingkungan, penggunaan komposisi produk yang aman, dan aktyitas sosial yang dilakukan perusahaan.

Selain dari periklanan, hubungan masyarakat yang mencakup publisitas merupakan aktyitas yang dirancang perusahaan untuk dapat membangun hubungan yang baik dengan berbagai pihak. Kadang kala penggunaan humas ini lebih

plak memakan biaya dibandingkan dengan iklan, akan tetapi memiliki dampak yang besar. Humas ini dapat dilakukan mencakup cerita, peristiwa, ataupun video dengan berbagai media ataupun dibagikan secara viral oleh konsumen.

Cerita mengenai perusahaan dapat berupa sejarah perusahaan, produk-produk yang dihasilkan perusahaan ataupun laporan keuangan yang dipublikasikan. Cerita ataupun pengalaman yang baik, tentu saja akan memberikan dampak positif bagi perusahaan. Oleh sebab itu perusahaan perlu memerhatikan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Perusahaan juga perlu mengadakan event-event tertentu untuk menarik minat konsumen, membentuk kesadaran merek, dan mempromosikan produk perusahaan. Dengan event yang diadakan perusahaan yang diwakilkan oleh tenaga penjual akan berinteraksi langsung dengan konsumen. Salah satu event yang bisa dilakukan perusahaan adalah pada saat launching product.

Video yang dibuat oleh perusahaan dapat berupa video edukasi mengenai produk ataupun video mengenai hal-hal lainnya dengan konten yang menarik. Tidak jarang saat ini perusahaan mempekerjakan content creator dan menggunakan influencer untuk membuat video yang menarik dan kreatif. Apapun cara yang ditempuh perusahaan untuk membangun kesadaran merek dan merangkul konsumen, pada akhirnya perusahaan harus memperhatikan efek pemasaran sehingga menciptakan citra perusahaan yang baik. (\*\*\*)

Oleh :

Sanny Ekawa, SE., MM.

Dosen: Universitas Tarumanagara



# Tukang Bordir Kebanjiran Pesanan

## Imbas Panen Kopi - Tahun Ajaran Baru

PAGARALAM POS, Pagaralam - Memasuki tahun ajaran baru 2024/2025, sejumlah tukang bordir namadon atribut baju sekolah di Pagaralam kebanjiran orderan pesanan. Kondisi ini juga dirasakan oleh Yuli, seorang penjahit yang juga melayani jasa bordir nama dan atribut sekolah di Jalan Gunung.

"Sejak dua minggu terakhir, pesanan bordir tak pernah

berhenti. Wali siswa banyak memesan badge kelas dan lambang sekolah. Alhamdulillah, orderan terus datang, tak hanya bordir nama tapi juga pesanan seragam sekolah," ujarnya.

Tahun ajaran baru ini membawaberkah bagi banyak pelaku usaha di Pagaralam, termasuk Yuli. "Tahun ini benar-benar jadi ladang rezeki bagi kami, karena beresapan dengan musim panen kopi dan harganyayang cukup tinggi. Jadi, orderan dan pesanan bordir nama juga mengalami peningkatan," tambahnya.

Meski terjadi peningkatan pesanan, Yuli tetap memper-

tahankan harga yang sama. "Untuk harga, kita masih di harga yang sama, satu itemnya tetap Rp5.000 untuk bordir nama dan Rp7.500 untuk atribut pelengkap baju seragam sekolah. Namun, jika borongan lengkap dan langsung dipasangkan, kita kasih patokan harga Rp40.000 saja," jelasnya.

Puji Antri, salah satu wali murid yang memesan bordir atribut sekolah di tempat Yuli, mengungkapkan bahwa biaya perlengkapan atribut seragam sekolah anaknya cukup terjangkau. "Harga di sini relatif murah dan sudah terdapat," katanya.

Kondisi ini menunjukkan betapa pentingnya momen tahun ajaran baru dan musim panen kopi bagi pelaku usaha kecil di Pagaralam. Bagi Yuli dan penjahit lainnya, musim ini membawa peluang besar untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas layanan mereka. Sementara itu, para wali murid juga merasa terbantu dengan layanan bordir yang cepat, berkualitas, dan terjangkau.

Dengan kondisi ekonomi yang semakin membaik, terutama dengan harga kopi yang tinggi, usaha bordir dan jahit di Pagaralam diharapkan dapat terus berkembang.



RAMAI: Penjual jasa bordir nama di tahun ajaran baru 2024/2025 mulai ramai dibanjir pesanan orangtua siswa.

dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Dukungan dari para pelanggan setia juga menjadi kunci keberhasilan bagi para pelaku usaha ini dalam menghadapi permintaan yang terus meningkat. (De12)

## Artikel

# Keunggulan Bersaing Pedagang Ritel Melalui Keberagaman Produk

Keberadaan pengecer sebagai pelaku kegiatan ekonomi tidak dapat dipungkiri keberadaannya. Pengecer dapat meningkatkan pendapatan suatu daerah dan memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat. Pengecer berperan sebagai agen perubahan dan menciptakan lapangan pekerjaan.

Pengecer juga dapat berperan sebagai pengaskep pedulian kepada lingkungan. Semakin banyak pengecer yang peduli dengan masalah sosial dan melakukan green retailing, jadi peran pengecer sebagai salah satu saluran distribusi pemasaran memegang fungsi yang penting.

Keberadaan pengecer juga memberikan nilai bagi konsumen, antara lain: me-

nyediakan keberagaman produk, memberikan layanan spesifik yang diperlukan oleh konsumen, membantu menyimpan stok barang produsen, dan memecah jumlah produk yang dibeli sesuai dengan kebutuhan konsumen. Manfaat yang didapatkan dari keberagaman produk adalah penilaian konsumen.

Mereka jadi dengan mudah menemukan produk yang mereka butuhkan dengan melihat-lihat produk lain yang ditawarkan sebagai sisi hiburan (entertainment side).

Keberagaman produk memberikan pengalaman belanja yang lebih informatif karena kompleksitas dan jumlah produk yang lebih banyak. Selain itu juga me-

enuhi preferensi keinginan mencoba produk baru dari konsumen atas produk yang mereka sukai.

Konsumen terpuaskan preferensinya dengan ke-

yang dilakukan konsumen merupakan pendapatan bagi pengecer yang akan memberikan profit bagi mereka. Akan tetapi, perlu diingat bahwa menawarkan keraga-

beda, kategori produk lebih banyak, dan produk favorit konsumen tersedia.

Persaingan yang semakin ketat saat ini mendorong para pengecer harus memutar otak agar tidak kehilangan pelanggan.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan product assortment atau keberagaman produk. Product assortment adalah tindakan yang dilakukan penjual dalam menyediakan berbagai kebutuhan konsumen dengan berbagai pilihan sehingga dapat memuaskan kebutuhan konsumen.

Semakin banyak variasi produk yang dapat ditawarkan oleh pengecer, semakin menarik minat konsumen untuk melihat bahkan me-

lanjutkan melakukan pembelian.

Tentu saja hal ini perlu disikapi dengan bijaksana dan cermat, sehingga tidak akan membuat perputaran uang dari pengecer menjadi terganggu karena produk-produk yang tidak dapat terjual.

Pengecer perlu melakukan pengamatan mengenai barang-barang apa yang sedang atau banyak diminati konsumen. Dari pengamatan tersebut, pengecer dapat melakukan pengembangan dengan menawarkan berbagai varian atau pilihan dari barang tersebut. Sebagai kesimpulan keberagaman produk perlu dilakukan untuk menarik minat konsumen, akan tetapi perlu dilakukan dengan cermat. (\*\*\*)

OLEH :  
Sanny Ekawati, SE., MM.

Dosen: Universitas Tarumanagara



beradaan barang-barang baru tersebut. Terakhir, dari sisi pengecer akan meningkatkan keuntungan yang didapat karena keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Setiap pembelian

man produk juga akan membuat pengambilan keputusan menjadi lebih lama dan kompleks.

Penerimaan keberagaman menjadi lebih besar ketika keberagaman produk ber-



**BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH (BAPPEDA) KOTA PAGARALAM**

Perencanaan yang Prima Mewujudkan Visi dan Misi Pagaralam Maju



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Wakil Walikota



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Sekretaris



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Kepala Bidang Perencanaan



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Kepala Bidang Perencanaan



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Kepala Bidang Perencanaan



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Kepala Bidang Perencanaan



H. Haryanto, S.Pd, M.Pd  
Kepala Bidang Perencanaan