

INTISARI

Gunung kidul merupakan salah satu daerah yg memiliki banyak destinasi wisata. Daerah wisata tidak bisa terlepas dari UMKM yang bisa menjadi sumber pendapatan warga. Gundoel Handayani salah satu UMKM yg berada di Gunung kidul. Untuk menganalisa UMKM Gundoel Handayani, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi *brand* yang dilakukan oleh Gundoel Handayani. Analisis dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menjelaskan obyek penelitian secara mendalam dengan pengumpulan data yg di lakukan secara mendalam. Teknik pengumpulan data berupa wawancara data berupa wawancara mendalam dan observasi non partisipan. Wawancara dengan pemilik,karyawan dan konsumen Gundoel Handayani untuk mengetahui perkembangan merek dan strategi yang di gunakan Gundoel Handayani.

Hasil penilitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi branding yang dilakukan oleh Gundoel Handayani menggunakan *Analisis Implementasi,Brand Assesement,Brand Promise,Brand Blueprint,Brand Culturalization dan Brand Advantage*.

Kata kunci : *Brand, Brand building, Doktrin brand strategy*

ABSTRACT

Gunung Kidul is one area that has many tourist destinations. Tourist areas cannot be separated from UMKM which can be a source of income for citizens. Gundoel Handayani is one of the UMKM in Gunung Kidul. To analyze Gundoel Handayani's UMKM, this study aims to determine how brand implementation is carried out by Gundoel Handayani. The analysis was conducted using a qualitative descriptive method that aims to explain the object of research in depth with data collection that is done in depth. Data collection techniques in the form of interview data in the form of in-depth interviews and non-participant observation. Interview with the owner of Gundoel Handayani to find out the brand development and strategies used by Gundoel Handayani.

The results of this study show that the implementation of the branding strategy carried out by Gundoel Handayani uses *Implementation Analysis, Assessment Brand, Brand Promise, Brand Blueprint, Brand Culturalization and Brand Advantage*.

Keywords : Brand, Brand building, Doktrin brand strategy