

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan, maka dapat dilihat bahwa citra Tong Tji *Tea Bar* belum cukup dikenal oleh masyarakat. Padahal, untuk membangun sebuah usaha kedai teh yang menarik, diperlukan diferensiasi produk dengan pesaing dan usaha promosi juga *branding* yang kuat. Persaingan kedai minuman yang cukup ketat saat ini membuat banyaknya usaha kedai minuman yang mudah tutup dan tidak melanjutkan usahanya. Salah satu alasannya adalah kesamaan menu yang ditawarkan beserta *branding* yang diberikan pada masyarakat.

Keadaan masyarakat saat ini, khususnya target promosi yaitu masyarakat berusia 17 – 25 tahun yang cukup kritis dalam membelanjakan uangnya bisa dimanfaatkan guna meningkatkan citra Tong Tji *Tea Bar*. Maka, dilakukanlah usaha promosi dan *branding* yang lebih menarik, modern namun tetap memperlihatkan ciri khas Tong Tji yang merupakan produk asli Indonesia. Agar masyarakat lebih mudah mendapatkan informasi dan menemukan sebuah kedai minuman yang memiliki perbedaan dalam hal menu yang ditawarkan dan konsep secara keseluruhan.

Konsep *booth* yang menyerupai bar pun dipilih sebagai konsep yang berbeda dengan kedai minum teh yang lainnya, dimana biasanya konsumen akan disediakan meja dan kursi tersediri di samping booth, sedangkan di Tong Tji *Tea Bar*, konsumen duduk dimeja yang sama dengan booth, sehingga memungkinkan konsumen untuk melihat langsung proses penyeduhan teh dan proses pembuatannya.

Upaya promosi dan branding ini mempunya 3 tahap penyampaian, dimana pada tahap pertama, yaitu *Awareness*, kesadaran masyarakat akan keberadaan Tong Tji *Tea Bar* mulai dibangun. Lalu dilanjutkan dengan tahap *Informing*, dimana masyarakat diberikan informasi mengenai Tong Tji *Tea Bar*, baik itu melalau media

cetak maupun media sosial dan *website*. Dan pada akhirnya pada tahap *Reminding*, masyarakat diajak untuk lebih mengenal lagi mengenai Tong Tji *Tea Bar* melalui kalimat persuasif dan promosi media-media yang telah ditentukan. Dengan adanya upaya promosi dan *branding* ini, diharapkan masyarakat dapat lebih mengenal Tong Tji *Tea Bar*, dan Tong Tji *Tea Bar* pun memiliki citra yang lebih kuat dimata masyarakat.

5.2 Saran

Untuk melakukan *branding* sebuah perusahaan maupun usaha, diperlukan perencanaan yang matang dan memiliki ciri khas yang berbeda dengan usaha serupa. Pemilihan media juga perlu diperhatikan, mengingat masyarakat saat ini digempur oleh banyaknya usaha kedai minuman modern yang menawarkan produk-produk menarik. Maka diferensiasi *branding* perlu ditonjolkan agar menjadi ciri khas yang melekat dimata masyarakat. Upaya promosi pun perlu dilakukan terus-menerus dan meluas diberbagai area. Informasi yang ingin disampaikan pun perlu dibuat sedemikian rupa agar mudah diakses oleh masyarakat.