

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Perancangan strategi *branding* Rumah Batik Lembang ini menekankan pada identitas *brand* serta menampilkan produk sebagai daya tarik produk tersendiri. Rancangan strategi dimulai dari tahap awal menarik perhatian (*awareness*), hingga *actions*. Diharapkan dengan perancangan ini Rumah Batik Lembang dapat dikenal, dihargai, dan dicintai masyarakat sebagai suatu industri kreatif lokal Bandung. Jika masyarakat telah menyukainya, maka masyarakat *target market* akan terbujuk untuk membeli produk Batik Lembang sehingga meningkatkan nilai penjualan dari Rumah Batik Lembang itu sendiri sebagai mandatory.

Media sosial yang dibuat juga diharapkan akan terus diperbaharui sebagai tahap *reminding* masyarakat atas eksistensi Rumah Batik Lembang dari waktu ke waktu, selain itu juga dapat dimanfaatkan sebagai media promosi yang menarik melalui promo diskon atau lainnya secara bertahap.

Selain itu dengan mengetahui informasi *brand* dari Rumah Batik Lembang ini, maka masyarakat semakin sadar atas industri kreatif lokal Bandung yang terus berinovasi, maka dari itu tidak dipungkiri jenis usaha sejenis akan bermunculan di masa depan. Namun hal ini dianggap bukan penghalang penghalang bisnis Rumah batik Lembang, karena Rumah Batik Lembang telah memiliki motif khas Lembang dan akan terus berkembang seiring berjalannya waktu, sehingga dapat ikut berkembang dalam masyarakat sehingga batik terus disukai oleh setiap generasi dan terus ada sebagai kebudayaan bangsa Indonesia.

#### **5.2 Saran**

Rumah Batik Lembang disarankan lebih aktif dan meluaskan wilayah penjualan serta promosi produk secara berkala dan disebarluaskan melalui media sosial

dan *website* sebagai *reminding* pada target, sehingga *brand* Rumah Batik Lembang dapat dikenal lebih luas lagi, tidak hanya di Bandung, namun dapat pula dikenal oleh masyarakat kota lainnya sebagai suatu industri kreatif lokal Bandung yang sukses dan berhasil.

Rumah Batik Lembang juga disarankan memerlukan perancangan ulang interior agar harmonis dengan desain *branding* yang cocok dengan target di kemudian hari, sehingga dapat bersaing dan terus berkembang sebagai industri kreatif lokal.