

## **BAB 5**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil studi pustaka dan studi lapangan, serta pengumpulan data dan penyelesaian desain akhir, diperoleh kesimpulan bahwa masyarakat kurang mengetahui keberadaan Karya Umbi yang telah berdiri sejak 1950 karena pihak Karya Umbi tidak gencar melakukan promosi sementara pesaing-pesaing lain mulai bermunculan. Sebelum melakukan promosi, dibutuhkan pembentukan *brand (re-branding)* yang kuat, diawali dengan melakukan *re-positioning*.

Membuat sebuah *brand* yang kuat dibutuhkan riset yang mendalam mengenai masalah, tujuan, target *audience*, media yang digunakan, serta konsep verbal dan visual, sesuai citra yang ingin ditanamkan di benak konsumen. Pemilihan media promosi yang digunakan membutuhkan pengetahuan dan wawasan mengenai *target audience*, serta perencanaan yang matang mengingat *budget* pemilik yang tidak terlalu besar.

Untuk mengangkat kembali citra Karya Umbi sebagai pionir oleh-oleh jajanan dan legenda kuliner Kota Bandung, harus dilakukan pembentukan *brand (re-branding)* yang kuat, diawali dengan melakukan *re-positioning*, agar citra tersebut dapat ditangkap oleh *target audience* dengan jelas.

Untuk membuat masyarakat mengenal Karya Umbi dengan citra baru yang lebih baik, serta mau untuk datang dan membeli produknya, harus dilakukan promosi *brand* setelah *brand (re-branding)* dibentuk dengan kuat.

#### **5.2 Saran Penulis**

Penulis berterima kasih kepada pihak DKV FSRD Universitas Kristen Maranatha, dosen pembimbing, dan dosen penguji sidang Tugas Akhir. Pihak DKV FSRD Universitas Kristen Maranatha telah memasukan Tugas Akhir ke dalam kurikulum

sebagai mata kuliah wajib terakhir. Dengan ini para mahasiswa diuji kelayakannya untuk lulus dan terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya. Ibu Christine dan Pak Sandy selaku dosen pembimbing selalu mendukung dan membantu penulis dari tahap awal sampai kelulusan. Dosen penguji sidang Tugas Akhir juga telah membantu penulis dengan memberi saran dan kritik yang membangun.

Penulis juga berterima kasih kepada pemilik Karya Umbi, yaitu Pak Valentinus yang telah memberikan dukungan dan bantuan sejak awal penulis meminta izin untuk menggunakan “Karya Umbi” sebagai topik Tugas Akhir. Pak Valentinus selalu meluangkan waktunya saat penulis memerlukan sesuatu, seperti saat proses wawancara, dokumentasi, pemilihan produk, pengemasan produk, dan lain-lain.

Saran dari penulis adalah agar Pak Valentinus lebih berani dalam mempromosikan tokonya. Karya Umbi mulai tenggelam dan Pak Valentinus hanya mengandalkan keuntungan dari pelanggan lama yang masih setia membeli produk Karya Umbi. Persaingan semakin ketat dan sebuah usaha tidak dapat bertahan jika pemiliknya hanya berpangku tangan saja. John E. Kennedy dan Rizky D. Soemanagara juga mengungkapkan dalam bukunya bahwa perusahaan yang tidak dapat mengikuti perubahan peta bisnis dan bahkan mengurangi anggaran promosi karena menganggap produknya cukup dominan, cenderung mengalami kegagalan di pasar.