

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **1.1 Kesimpulan**

Kebudayaan Sunda memiliki potensi yang besar untuk terus dikembangkan, terutama kulinernya. Jika kuliner Sunda mampu untuk dikemas secara lebih menarik dan bertanggung jawab maka kuliner Sunda pun dapat terus bersaing dengan kuliner asing dan berkembang bukan hanya di Indonesia namun juga di seluruh dunia. Sindang Reret sebagai pelopor restoran khas Sunda yang telah 36 tahun berkecimpung di dunia kuliner Sunda sesungguhnya memiliki kapabilitas yang cukup untuk dapat terus mengangkat kuliner dan budaya Sunda namun sayangnya, kurangnya pengemasan brand yang menarik menjadikan Sindang Reret menjadi sulit bersaing dengan maraknya restoran-restoran khas Sunda yang baru bermunculan. Namun diharapkan melalui proses rebranding, Sindang Reret dengan segala kelebihan maupun kelemahannya mampu untuk menciptakan brand Sindang Reret yang baru dan mampu mengubah paradigma lama masyarakat mengenai Sindang Reret.

#### **1.2 Saran**

Setiap perusahaan, baik perusahaan yang telah dikenal masyarakat ataupun yang baru haruslah tetap mengikuti perkembangan jaman, karena tren terus berganti, dan masyarakat terus berubah. Setiap perusahaan harus mencari sesuatu celah dan inovasi baru dalam brandnya, karena kompetitor selalu ada, dan tidaklah mudah untuk terus bertahan, karenanya, perubahan itu perlu, proses rebranding merupakan langkah yang dapat diambil dalam memperbaharui jiwa perusahaan.

Sindang Reret sebagai perusahaan yang telah dikenal masyarakat, bagaimanapun tetap harus berusaha untuk terus mengembangkan dirinya terutama brandnya hingga dapat terus mengikuti perkembangan jaman agar dapat terus bertahan bahkan berkembang. Proses rebranding yang dilakukan dalam tugas akhir ini bukan hanya untuk menjadikan tampilan Sindang Reret menjadi baru, tapi juga bagaimana memperbaharui brand Sindang reret dengan posisinya yang baru dimana Sindang Reret dapat menemukan pijakan yang nyaman dalam memajukan perusahaannya di masa yang akan datang.