

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dari *branding* Jamu Yanto Lelono maka didapat beberapa kesimpulan. Pembuatan *branding* ini dimaksudkan agar Jamu Yanto Lelono dapat berkembang menjadi suatu usaha yang cukup menjanjikan di masa yang akan datang juga sebagai pelestarian dari warisan budaya leluhur yang masih ada hingga saat ini dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan jaman. Oleh sebab itu, dibuatlah perencanaan usaha untuk 5 tahun ke depan dengan tujuan perancangan visual menjadi sebuah café jamu yang modern namun tetap bercirikan tradisional. Hal tersebut dapat dilakukan dengan adanya bantuan dari investor atau dengan melakukan pinjaman ke bank sesuai dengan rencana pembuatan café secara bertahap. Berikut merupakan perencanaan usahanya, pada tahun pertama berencana untuk membuat merek, hak paten, ijin Depkes, desain kemasan, dan logo dan stand jamu. Di tahun kedua berencana untuk membuat berencana untuk masuk iklan Koran Kompas selama 1 tahun secara berkala (*advertorial*) dan membuat media promosi seperti flyer. Di tahun ketiga, sewa di daerah Gardujati, membuat display, ruangan dan elemen desain, harga menjadi naik 10% - 20%. Di tahun keempat, diharapkan usaha Jamu Yanto Lelono semakin berkembang dengan semakin banyak orang yang mengkonsumsi jamu sehingga membutuhkan beberapa pegawai. Di tahun kelima, Yanto Lelono dapat membuka cabang di tempat lain seperti menyewa stand di daerah Pasar Balubur atau Dago, di tahun ini usaha menjadi skala menengah ke atas dan menjadi jamu yang terkenal di Bandung. Target market usia 25-40 tahun dengan kelas menengah atas. Dengan adanya perencanaan usaha ini, maka *branding* Jamu Yanto Lelono diharapkan dapat berkembang dan sampai kepada sasaran yang dituju.

Agar masyarakat mengetahui adanya Jamu Yanto Lelono sebagai jamu racik yang berasal dari bahan alami, maka dibutuhkan media promosi yang sesuai. Promosi yang dilakukan yaitu dengan menyebarkan flyer, membuat iklan koran, poster, dan media lainnya dengan menonjolkan unsur alami dan tradisional sehingga target audience tertarik untuk mencoba Jamu Yanto Lelono. Café jamu-nya memiliki konsep “Jamu yang Diracik Langsung di Depan Anda” untuk menarik target audience karena di Bandung belum ada café jamu tradisional dengan konsep ini dan dengan tempat yang nyaman bernuansa tradisional-modern. Dengan begitu, masyarakat dapat mengetahui Jamu Yanto Lelono sebagai jamu tradisional yang masih asli terbuat dari bahan alami.

Dalam desain *branding* dan promosi yang dibuat, penulis berusaha untuk mengkomunikasikan secara visual usaha jamu Yanto Lelono dengan menonjolkan kesan alami, sehat (*clean*), dengan penggunaan warna dan typografi yang berkesan tradisional agar pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik oleh target audience.

5.2 Saran Penulis

Usaha Jamu Yanto Lelono saat ini merupakan usaha skala kecil menengah, namun dengan perencanaan yang matang tidak mustahil menjadi suatu usaha yang cukup besar. Oleh karena itu, alangkah baiknya apabila usaha Jamu Yanto Lelono ini dapat berkembang dengan bantuan investor ataupun bank karena merupakan warisan budaya Indonesia mengingat usaha jamu ini sudah turun-temurun sejak tahun 1965.

Selain itu, karena merupakan warisan budaya alangkah baiknya apabila masyarakat Indonesia mengenal dan mulai menyukai jamu sebagai minuman yang berkhasiat untuk menjaga kesehatan mengingat banyaknya produk-produk pabrikan yang menggunakan bahan kimia karena tidak terlalu baik untuk kesehatan dan memiliki efek samping.