

## BAB 4

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Pertumbuhan pet center di Indonesia khususnya di kota Bandung berkembang sangat pesat ditandai dengan lahirnya bermacam pet center dengan menawarkan beragam jasa dan pelayanan untuk para hewan peliharaan. Pet Center sebagai tempat yang sangat dibutuhkan oleh para penyayang binatang haruslah hadir dengan konsep yang menyenangkan untuk mencerminkan karakter hewan peliharaan itu sendiri. Hewan peliharaan yang bagi sebagian orang merupakan bagian dari gaya hidup memerlukan berbagai macam perawatan demi menjaga kesehatannya. Andrawina Pet Center yang berdiri sejak tahun 2002 hadir dengan beragam pelayanan dan kemudahan yang bisa dinikmati oleh para pemilik hewan peliharaan.

Re-branding Andrawina Pet Center diperlukan untuk merubah tampilan visual agar lebih tepat dan merancang strategi marketing yang efektif sehingga dapat meningkatkan kembali penjualan yang selama dua tahun terakhir ini menurun karena begitu banyaknya bermunculan Pet Center yang baru dengan tampilan yang lebih *fresh* dan modern dengan beragam kemudahan yang ditawarkan sehingga menciptakan persaingan yang cukup ketat.

Untuk logo yang baru dipilih karakter hewan yaitu anjing dan kucing dengan pemilihan warna yang hangat yaitu kombinasi oranye, kuning dan coklat. Keseluruhan tampilan terlihat dinamis dan hangat sehingga lebih mencerminkan sifat menyenangkan dari hewan peliharaan itu sendiri. Dalam hal perencanaan media dibagi menjadi dua bagian yaitu primer dan sekunder untuk mendukung proses re-branding ini. Selain kedua media diatas, diperlukan media promosi atau beriklan yang efektif. Andrawina Pet Center yang hadir dengan tampilan visual baru juga menghadirkan jenis perawatan yang baru dalam hal mencegah zoonosis. Maka dari itu dipilih menggunakan teori iklan corporate dengan Andrawina Pet Center mengusung tema Zoonosis yaitu penyakit yang dapat menginfeksi manusia melalui hewan peliharaan yang sakit dan tidak terawat.

Keseluruhan proses re-branding, diharapkan dapat memajukan Andrawina Pet Center dalam bentuk visual dan penggunaan media promosi yang tepat, sehingga juga dapat mengembalikan kepercayaan para konsumennya untuk menggunakan fasilitas yang tersedia di Andrawina Pet Center.

## **4.2 Saran**

### **4.2.1 Diri sendiri / Penulis**

- untuk lebih disiplin dalam mengerjakan suatu tugas atau proyek yang dijalankan sehingga dapat memaksimalkan karya yang dibuat,
- lebih bisa mengembangkan kreatifitas dengan langkah-langkah yang tepat demi mencapai desain yang sempurna.

#### **4.2.2 Civitas Akademika**

- kepada Universitas Kristen Maranatha untuk dapat memberikan sarana untuk mendukung para mahasiswa dalam mengerjakan tugas yang diberikan dan membenahan sistem belajar yang efektif dan tidak berubah-ubah.

#### **4.2.3 Masyarakat Umum**

- kepada masyarakat luas yang ingin memelihara hewan agar memperhatikan lingkungan sekitar untuk memilih hewan yang tepat dan menyadari bahwa memelihara hewan peliharaan bukanlah hal yang mudah dan murah.

- kepada masyarakat khususnya para penyayang binatang yang memiliki peliharaan dapat menyadari bahaya dari hewan peliharaan yang terlantar sehingga lebih memperhatikan dan menjaga kesehatan peliharaannya dengan cara merawatnya di pet center dengan berbagai macam fasilitas yang tersedia.