

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan dan produksi identitas merek (*brand identity*) toko oleh-oleh haji dan umrah Tarim *store* dilakukan sebagai respon akibat kurangnya *brand awareness* oleh masyarakat, data ini secara valid didukung melalui hasil observasi dan survei praprojek. Kondisi tersebut mengonfirmasi belum adanya identitas merek yang baik dapat berdampak langsung pada rendahnya *brand awareness* toko oleh-oleh haji dan umrah Tarim *store* di benak masyarakat. Identitas merek yang kuat merupakan elemen utama dalam membangun kepercayaan dan persepsi positif konsumen terhadap suatu usaha.

Melalui metode perancangan yang sistematis dimulai dari tahap praproduksi, produksi, sampai pascaproduksi. Penulis telah menyelesaikan rancangan dan produksi elemen identitas visual toko oleh-oleh haji dan umrah Tarim *store* yang meliputi logo, kemasan kurma sukari 500 gram, dan *standing banner*. Keseluruhan elemen dirancang menggunakan palet warna serta elemen visual yang relevan dengan karakteristik segmen pasar haji dan umrah. Efektivitas perancangan identitas merek ini dibuktikan melalui hasil survei pascaprojek yang menunjukkan 87,5% responden memberikan penilaian skala 5 (sangat setuju) pada seluruh aspek dan indikator pengukuran. Perbandingan data praprojek dengan pascaprojek menunjukkan peningkatan sebesar 72,5% yang secara signifikan melampaui KPI yang ditetapkan yakni sebesar 50%.

Dengan demikian perancangan dan produksi *brand identity* toko oleh-oleh haji dan umrah Tarim *store* telah berhasil memenuhi tujuan perancangan yaitu meningkatkan *brand awareness* melalui identitas

visual yang terencana dan konsisten, sehingga Tarim *store* memiliki identitas visual yang kuat untuk bersaing dan berkembang di pasar oleh-oleh haji dan umrah.

5. 2 Saran

Dalam proses pengembangan identitas merek dan visual toko oleh-oleh haji dan umrah Tarim *store*, penulis menemukan beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai saran bagi Tarim *store* sebagai klien, maupun bagi penulis selanjutnya yang akan mengerjakan projek sejenis.

1) Bagi toko oleh-oleh haji dan umrah Tarim *store*

- Menerapkan identitas visual secara konsisten mulai dari kemasan produk, dekorasi toko, hingga seluruh materi promosi, mengingat konsistensi merupakan kunci penting dalam mempertahankan *brand awareness* yang telah terbangun.
- Memanfaatkan *platform* sosial media seperti *Instagram* secara aktif dengan menggunakan elemen identitas visual yang telah dirancang sebagai dasar konten, sehingga dapat memperluas jangkauan konsumen.
- Mengembangkan lini produk kemasan secara bertahap dengan variasi ukuran dan jenis produk lainnya seiring dengan pertumbuhan usaha dengan tetap mengacu pada dasar identitas visual yang telah dirancang agar menjaga konsistensi visual di seluruh produk.

2) Bagi penulis selanjutnya

- Menyusun *timeline* perancangan secara lebih adaptif dengan memperhitungkan kemungkinan perubahan yang dapat terjadi

di luar rencana awal, seperti kenaikan harga bahan baku, keterlambatan produksi, maupun perubahan kebutuhan klien di tengah proses perancangan agar keseluruhan tahapan proyek dapat diselesaikan secara terstruktur.

- Mengeksplorasi pengembangan identitas visual dengan menambahkan media implementasi contohnya seragam karyawan, kartu nama, dan media lainnya sehingga sistem identitas merek yang dihasilkan lebih menyeluruh.
- Menjadikan pendekatan *islamic branding* sebagai landasan untuk pengembangan lebih lanjut pada UMKM yang bernilai islami lainnya, mengingat banyaknya potensi pasar halal dan religi di Indonesia.
- Menambah detail informasi kontak yang dapat dihubungi pada *standing banner* guna memudahkan konsumen dalam akses penyampaian informasi