

## BAB VII

### KESIMPULAN DAN SARAN

Sebuah *brand* merupakan elemen penting dari suatu usaha. Maka dari itu, membangun sebuah *brand* merupakan hal yang penting dilakukan terhadap suatu usaha jika ingin usaha tersebut dapat bertahan lama dan bisa bersaing di pasaran. Maka dari itu, diperlukan strategi *branding* yang tepat dan efektif. Proses ini meliputi perancangan identitas yang sesuai dengan *image* dan visi misi usaha tersebut hingga strategi dan media promosi yang tepat dan menarik sehingga dapat menjangkau target pasar yang diinginkan. Dengan begitu *brand awarness* tentang usaha tersebut dapat tumbuh di benak masyarakat. Oikio merupakan usaha rumahan yang telah berdiri sejak 2014 didirikan oleh Ibu Choirul Mahpuhduah yang memproduksi *snack*/makanan ringan berbahan dasar Almond dengan produknya yaitu Almond Crispy. Oikio sebelumnya sudah dikenal dengan nama Pawon Kue, namun sewaktu Ibu Choirul ingin mendaftarkan nama merek usaha Pawon Kue terdapat nama dan jenis usaha yang sama. Maka dari itu nama Pawon Kue berganti nama menjadi Oikio.

Dalam perancangan ini, bertujuan untuk menjadi solusi bagi Oikio yang dimana identitas yang dimiliki Oikio belum sempurna, mulai dari logo yang kurang mewakili makna dari usaha tersebut. Terlebih lagi pembuatan logo Oikio dilakukan di aplikasi pembuatan logo yaitu Canva. Dimana hal tersebut sangat rentan terjadinya plagiarisme, dimana elemen visual yang sudah tersedia di aplikasi tersebut digunakan berulang-ulang, bisa jadi dapat digunakan kembali oleh orang lain. Selain itu, elemen penting yang dibutuhkan Oikio seperti kemasan serta media promosi seperti *Banner*, *X-Banner*, *Feed Sosial Media* seperti Instagram dan Facebook dirancang untuk menunjang kegiatan promosi Oikio serta telah diperkuat identitas *brand*-nya yang diharapkan dapat menjadi solusi untuk Oikio secara visual maupun mewakili karakteristik *brand* Oikio itu sendiri. Hal tersebut bisa juga menjadi diferensiasi untuk kompetitor Oikio.

Terlebih, perancangan ini dapat bermanfaat terutama untuk Ibu Choirul selaku pemilik Oikio dimana dengan dirancangnya ulang identitas usaha Oikio serta media-media pendukung dan promosi yang baru diharapkan dapat lebih meningkatkan *brand awarness* di benak masyarakat sehingga dapat meningkatkan penjualan produk. Dan juga, Oikio dapat menjadi contoh untuk

UMKM di sekitar yang dimana perlunya membangun *brand* yang tepat dan menarik agar dapat bersaing dan pembeda dengan kompetitor.