

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Brand merupakan sebuah elemen penting dari suatu usaha. Maka dari itu, membangun sebuah brand merupakan hal yang penting dilakukan terhadap suatu usaha supaya dapat bertahan lama dan bisa bersaing di pasaran. Maka dari itu, diperlukan strategi branding yang tepat dan efektif. Proses ini meliputi perancangan identitas visual yang sesuai dengan citra perusahaan 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 dan mudah diingat di benak konsumen. Sumbu Rayya Busana merupakan sebuah rumah produksi yang bergerak di bidang busana yang merintis sejak tahun 2015, kemudian aktif beroperasi pada tahun 2018. Kemudian, pada tahun 2018 pemilik usaha memberi nama usaha konveksinya dengan nama Sumbu Rayya Busana. selain memberi nama pemilik usaha juga membuat logo sebagai identitas perusahaannya. Pada kondisi yang terburu-buru dikarenakan agar bisa segera melakukan kerja sama dengan mitra sekolah, owner Sumbu Rayya Busana membuat logo usahanya tanpa melakukan riset terlebih dahulu sehingga identitas visual yang terdapat pada logo tersebut tidak dapat mewakili sifat dan karakteristik usaha tersebut. Pada awal tahun 2023 owner Sumbu Rayya Busana mendaftarkan usahanya menjadi PT supaya dapat memperluas jangkauan serta dapat melakukan kerjasama dengan perusahaan berbasis perseroan. Karena hal tersebut, perlu dilakukan upaya rebranding yang bertujuan agar Sumbu Rayya Busana dapat memperluas pasar yang semula berawal dari UMKM tanpa legalitas dan kemudian menjadi usaha konveksi berbasis PT supaya dapat meningkatkan penjualan dan produksi usaha Sumbu Rayya Busana. Hal tersebut bisa juga menjadi diferensiasi untuk kompetitor Sumbu Rayya Busana. Terlebih, perancangan ini dapat bermanfaat terutama untuk saudara Jefri Firnanto selaku pemilik Sumbu Rayya Busana dimana dengan dirancangnya ulang identitas usaha Sumbu Rayya Busana serta media-media pendukung dan promosi yang baru diharapkan dapat lebih meningkatkan brand awarness di benak konsumen sehingga dapat dilakukan Upaya perluasan pasar.