Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Simpulan dari penelitian yang menggunakan konsep strategi *branding* B2B oleh Kotler terhadap strategi *branding* PT Toffin Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* ini telah dilakukan secara umum oleh Toffin pada setiap tahapannya. Seluruh tahapan ini tidak bisa dipisahkan satu sama lainnya guna mencapai suatu kejelasan sebagai *brand*, konsistensi dalam melakukan *branding*, dan mencapai kepemimpinan sebagai sebuah *brand* yang memimpin dalam pasarnya.

Konsep strategi *branding* B2B oleh Kotler sudah dijalankan oleh Toffin tanpa melewati setiap tahapan mulai dari *brand planning* hingga *brand audit*. Toffin memiliki pokok bahasan untuk membahas strategi *branding* pada waktu yang ditentukan, Toffin mengetahui setiap peran *stakeholders* dalam berjalannya strategi *branding*, SWOT yang dimiliki perusahaan, hingga mengetahui target industri.

Tetapi, pada *brand audit* Toffin tidak memiliki prosedur sistematis. Toffin hanya melakukan pengukuran *brand awareness* melalui *social media engagement* atau *reach* yang mewakilkan *awareness* masyarakat secara *online*, tetapi tidak bisa mewakilkan *awareness* masyarakat terhadap Toffin secara umum dengan

Analisis strategic branding..., Amelia, FIKOM UMN, 2019

lebih menyeluruh dan tidak dapat diketahui *brand awareness* masyarakat sudah ada pada tingkat mana di dalam *brand awareness pyramid*.

5.2 Saran

Saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Saran akademis

Kotler menyediakan *tools* yang berbeda dalam beberapa tahapan yang bisa digunakan, seperti tahapan Kevin Clancy Copernicus dalam *brand building* dan *brand audit* secara internal dan eksternal. Pada penelitian selanjutnya bisa menggunakan model atau *tools* yang berbeda dalam beberapa tahapan yang ada dalam konsep Kotler dan dapat digunakan dalam industri lain selain industri kopi.

b. Saran praktis

Saran untuk PT Toffin Indonesia adalah agar Toffin mencoba untuk membuat prosedur sistematis dalam *brand audit* dan melakukan FGD atau menyebarkan kuesioner sebagai salah satu cara untuk mengetahui *progress* yang sudah dicapai dan agar benar-benar mendapatkan data secara menyeluruh mengenai sejauh mana masyarakat sudah mengetahui Toffin, pada tingkat mana Toffin berada dalam *brand awareness pyramid,* serta mengetahui apa yang bisa dikembangkan melalui data yang didapatkan karena strategi *branding* sudah berjalan dalam beberapa waktu tertentu. Selain itu,

Analisis strategic branding..., Amelia, FIKOM UMN, 2019

Toffin bisa lebih mengategorikan target konsumen secara lebih spesifik lagi, tidak hanya mengategorikan konsumen berdasarkan gender, level SES, dan secara geografis saja. Target konsumen yang lebih spesifik dapat membantu Toffin dalam keberhasilan berjalannya strategi *branding*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA