

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Menjamurnya usaha F&B di Indonesia membuat pelaku F&B harus meningkatkan kualitas dan daya kompetitif agar dapat menonjol dari kompetitor *brand* baik dari dalam maupun luar negeri lainnya. Menurut wawancara penulis dengan Bapak Laksamana Mustika selaku *brand consultant* yang sudah menangani berbagai macam brand F&B ternama seperti *Pepperlunch* dan *Yogurtland*, kesalahan yang banyak ditemukan di pebisnis pemula di bidang F&B adalah terlalu fokus membuat ambians berkesan mewahakan tetapi tidak sesuai dengan identitas *brand* yang dibangun, sehingga konsep tidak menarik bagi target pasar yang dituju. Seharusnya, pemilik *brand* terlebih dahulu menilik lebih dalam personalitas *brand* dan identitas restoran yang ingin di bangun, *brainstorming brand positioning*, *brand promise* dan *product positioning*. Hal-hal seperti ini yang biasa terlewatkan oleh pemilik *brand*, sehingga *budget* lebih dahulu habis untuk hal yang kurang tepat dan akhirnya usaha gagal dalam kurun waktu singkat. Dalam mengatasi hal ini, perlu adanya edukasi lebih terhadap pemilik *brand* terutama pebisnis pemula.

Agar dapat diakses dengan jangkauan lebih luas, Laksamana menyarankan output akhirnya lewat *website* dengan konten gratis lewat artikel/blog untuk meningkatkan *SEO* dan *trust* target pasar, lalu di *upsell* ke materi premium yang berbayar, misalnya seperti *masterclass* video. Maka dari itu, penulis membuat media informasi panduan *branding* untuk F&B sebagai *platform* edukasi agar

brand dapat meningkatkan daya kompetitif sehingga dapat *survive* dan menonjol diantara lautan kompetitor baik dari dalam maupun luar negeri.

Dalam merancang, metode perancangan berdasar Wood (2014) dalam bukunya yang berjudul *Interface Design : An introduction to visual communication in UI design* lewat 4 tahapan yaitu *UI Objectives*, *UI Specification*, *Information Architecture* dan *UI Design*. Perancangan yang dilakukan penulis sebatas *User Interface*, tidak termasuk *programming* atau *coding*.

Website panduan *branding* UKM F&B dirancang dengan konsep ‘sajian’ pengalaman yang premium dan mengesankan sehingga membekas di benak konsumen, yang merupakan cerminan dari *brand* F&B yang sudah *mature*. Visual konten *website* dirancang dengan aksen mewah untuk menampilkan impresi mengesankan sekaligus penekanan bahwa materi yang diberikan eksklusif dengan layout dan tipografi yang minimalis agar informasi mudah dipahami.

5.2. Saran

Ada baiknya Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah bekerja sama dengan lembaga/organisasi setempat untuk membantu meningkatkan edukasi dan pemahaman bisnis untuk UKM agar dapat meningkatkan daya kompetitifnya dan bersaing baik dengan sesama perusahaan dalam maupun luar negeri. Untuk pelaku UKM agar dapat proaktif membekali pengetahuan diri soal *branding* dibandingkan terus fokus ke *trading*, sehingga memiliki keunggulan kompetitif dan bisa bersaing di pasar global.

Bagi mahasiswa yang ingin merancang dengan topik serupa, beberapa faktor sebagai berikut dapat menjadi bahan pertimbangan:

1. Topik edukasi merupakan topik yang memerlukan validasi dan *insight* dari berbagai pihak yang sudah berpengalaman dalam bidangnya.
2. Dalam perancangan tugas akhir sebaiknya terbuka terhadap pandangan dari pihak lain baik dari desainer maupun target pengguna, sehingga perancangan bersifat objektif dan tepat untuk target sasaran.