

## **BAB V. KESIMPULAN**

### **V. 1 Kesimpulan**

Toko Roti Sidodadi merupakan salah satu toko roti legendaris di Bandung yang telah berdiri sejak tahun 1954. Dengan usia lebih dari 70 tahun, toko ini berhasil mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan industri roti yang semakin modern. Keberhasilan toko ini tidak lepas dari konsistensi dalam menjaga kualitas dan cita rasa roti yang khas, yang diwariskan secara turun-temurun hingga generasi ketiga.

Toko Sidodadi dikenal dengan pendekatan bisnis yang masih mempertahankan nilai-nilai tradisional. Mereka tetap menggunakan metode produksi manual tanpa bahan pengawet, menjual produk dengan harga terjangkau, dan mengandalkan pemasaran dari mulut ke mulut. Namun, seiring berkembangnya zaman, toko ini menghadapi beberapa tantangan, terutama dalam aspek branding dan pemasaran digital.

Beberapa permasalahan utama yang diidentifikasi dalam laporan ini adalah:

1. Tidak memiliki identitas visual yang kuat

Toko Sidodadi belum memiliki logo resmi, hanya menggunakan papan nama sederhana di depan toko. Tidak ada elemen branding yang khas untuk membedakan dari kompetitor.

2. Kemasan yang masih konvensional

- Masih menggunakan bahan plastik dan tinta sablon yang mudah terhapus.
- Tidak ada elemen desain visual yang memperkuat identitas merek di kemasan.

3. Kurangnya kehadiran di media digital

- Toko ini belum sepenuhnya memanfaatkan platform digital untuk promosi dan pemasaran.
- Tidak terdaftar di layanan pemesanan online seperti GoFood atau GrabFood, hanya melayani pesanan melalui WhatsApp.

Untuk mengatasi masalah ini, penelitian ini mengusulkan perancangan ulang logo dan kemasan sebagai strategi utama untuk meningkatkan citra toko. Redesain logo dan kemasan diharapkan dapat memberikan tampilan yang lebih modern namun tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional yang menjadi daya tarik utama Toko Sidodadi.

Strategi yang diusulkan dalam perancangan identitas visual meliputi:

- Redesain logo menggunakan pendekatan combination logo (kombinasi simbol dan teks) agar lebih mudah dikenali oleh pelanggan.
- Desain kemasan baru yang lebih ramah lingkungan, menarik, dan informatif.
- Peningkatan kehadiran digital, dengan memanfaatkan media sosial serta platform pemesanan online untuk memperluas jangkauan pelanggan.

Dengan strategi ini, diharapkan Toko Sidodadi dapat tetap relevan di era modern tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional yang telah menjadi ciri khasnya selama ini.

## **V.2 Saran**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa saran untuk pengembangan dan inovasi Toko Sidodadi ke depan:

### **1. Penguatan Identitas Merek**

- Mendesain ulang logo dengan mempertahankan unsur klasik agar tetap sesuai dengan citra tradisional yang telah melekat pada Toko Sidodadi.
- Mendaftarkan logo sebagai hak kekayaan intelektual untuk melindungi dari plagiarisme.

### **2. Peningkatan Desain Kemasan**

- Menggunakan bahan kemasan yang lebih ramah lingkungan, seperti kertas food-grade yang lebih aman bagi kesehatan dan lebih estetis dibandingkan plastik.

- Menambahkan informasi produk, seperti komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, serta logo Halal, agar lebih terpercaya di mata konsumen.
- Menggunakan desain kemasan yang lebih profesional dengan sentuhan visual yang menggambarkan kualitas dan sejarah toko.

### 3. Digitalisasi dan Pemasaran Online

- Mengoptimalkan media sosial (Instagram, TikTok, dan Facebook) untuk memperkenalkan produk, membangun interaksi dengan pelanggan, dan meningkatkan kesadaran merek.
- Mendaftarkan toko di layanan pemesanan online seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood agar lebih mudah dijangkau oleh pelanggan yang lebih luas.
- Membuat website atau blog sederhana yang menceritakan sejarah toko, produk unggulan, serta testimoni pelanggan untuk memperkuat branding.

### 4. Penguatan Customer Experience

- Menyediakan layanan pemesanan online yang lebih profesional dengan sistem yang lebih rapi dan responsif.
- Menawarkan loyalty program atau diskon khusus bagi pelanggan setia untuk meningkatkan retensi pelanggan.
- Menyediakan area tunggu yang lebih nyaman bagi pelanggan yang mengantre di toko, mengingat tingginya animo masyarakat terhadap produk Sidodadi.

### 5. Kolaborasi dan Inovasi Produk

- Berkolaborasi dengan influencer kuliner atau food blogger untuk memperkenalkan Toko Sidodadi ke audiens yang lebih luas.
- Menawarkan paket hampers atau bingkisan spesial dengan desain kemasan eksklusif untuk event tertentu seperti Lebaran, Natal, atau Tahun Baru.
- Menciptakan inovasi produk baru dengan tetap mempertahankan kualitas dan ciri khas roti Sidodadi, seperti varian rasa baru yang mengikuti tren pasar.

Dengan menerapkan strategi branding yang lebih modern melalui redesain logo, pembaruan kemasan, serta pemasaran digital, Toko Sidodadi dapat mempertahankan eksistensinya sebagai toko roti legendaris yang dicintai oleh

masyarakat Bandung. Inovasi ini tidak hanya membantu toko dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat tetapi juga memastikan bahwa warisan budaya kuliner ini tetap lestari dan relevan bagi generasi mendatang.