

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan proses doktrin *brand strategy* dari Knapp, terdapat lima langkah proses yang perlu dilakukan oleh perusahaan agar merek unggul. Kesimpulan yang penulis ambil berdasarkan lima langkah tersebut yaitu: Langkah pertama penilaian merek, pada tahap ini De' Halal Mart sudah memosisikan mereknya sesuai dengan konsep. Konsumen dalam menggambarkan De' Halal Mart yaitu sebagai swalayan yang mempunyai konsep islami, dari pelayanan yang diberikan, sampai pemasaran yang dilakukan tidak melanggar aturan Islam dalam berniaga. Langkah kedua yaitu janji dari merek, pada tahap ini De' Halal Mart selalu menjaga kualitas produk halal, memberikan pelayanan yang terbaik, dan bekerja sama dengan mitra-mitra sesuai syariat.

Langkah yang ketiga yaitu *brand blueprint*, dimana De' Halal Mart mengkomunikasikan merek, logo, dan *tagline* sesuai dengan konsepnya. Langkah keempat yaitu *brand culturalization*, pada tahap ini De' Halal Mart merencanakan tindakan bagi karyawan untuk menghidupkan sebuah janji melalui cara berpakaian, sikap, dan meningkatkan kedekatan dengan sang pencipta. Terakhir yaitu *brand advantage* yang diperlukan bagi De' Halal Mart untuk mempertahankan merek dengan melakukan inovasi. Inovasi yang dilakukan De' Halal Mart yaitu melakukan perubahan konsep dan menjadi lebih besar dari saat ini.

Sehingga dapat disimpulkan dengan proses doktrin *brand strategy* De' Halal Mart dari langkah pertama hingga terakhir merupakan sebuah proses dimana sesuai visi mereka yaitu menjadi pionir supermarket terbesar dengan produk halal. De' Halal Mart juga dalam melakukan proses tersebut merupakan sebuah usaha agar mereknya menempati "posisi khusus", dan bernilai dalam ingatan pelanggan.

## **B. SARAN**

Saran-saran yang dapat penulis berikan kepada De' Halal Mart sebagai berikut.

1. Perlu adanya tim/karyawan yang khusus untuk melakukan pemasaran melalui media online.
2. Membuat katalog produk secara online agar memudahkan proses pemesanan *delivery order*. Karena bisa saja pengunjung tidak mengetahui barang apa saja yang dijual disana. Bisa dengan menggunakan website, atau media sosial yang khusus untuk katalog produk. Katalog produk harus selalu di *update*.
3. Perlunya melakukan pemasaran secara kontinu terutama di media sosial. Penulis berharap De' Halal Mart mengaktifkan kembali media sosial yang sudah lama tidak aktif.
4. Pengadaan barang lebih dilengkapi agar pengunjung bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari hanya dengan berbelanja di De' Halal Mart.