

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dalam upaya untuk meningkatkan citra dan daya tarik Teh Macan di Ajibarang, Banyumas, telah dilakukan sebuah strategi rebranding yang komprehensif dan terinci. Salah satu langkah utama dalam strategi ini adalah pembuatan logo baru yang lebih modern dan menarik. Logo ini dirancang dengan teliti untuk mencerminkan nilai-nilai inti merek, seperti kekuatan, keberuntungan, dan relevansi dengan berbagai generasi konsumen. Menggabungkan elemen grafis macan yang simbolis dengan tipografi yang kuat, logo baru ini diharapkan dapat memberikan identitas visual yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

Selain itu, terdapat inovasi dalam kemasan produk Teh Macan. Penggunaan papertube untuk teh dengan standpouch sebagai pelengkap tidak hanya meningkatkan estetika kemasan, tetapi juga menjaga kesegaran produk dengan lebih baik. Desain papertube yang menarik dan informatif, dilengkapi dengan ilustrasi yang menggambarkan keaslian perkebunan teh, memberikan kesan profesional dan menarik bagi konsumen.

Strategi media promosi juga menjadi fokus utama dalam rebranding ini. Konten-konten visual dan interaktif telah dirancang khusus untuk platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Konten ini tidak hanya mempromosikan keunggulan produk Teh Macan, tetapi juga membangun kesadaran merek yang kuat di kalangan pengguna media sosial. Dengan menekankan pengalaman meminum teh yang autentik dan nilai-nilai merek, strategi media promosi ini diharapkan dapat menarik minat konsumen baru dan mempertahankan loyalitas konsumen yang sudah ada.

Pengembangan *merchandise* seperti cangkir dan *coaster* dengan desain khas juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Produk-produk ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi yang efektif, tetapi juga sebagai sarana untuk memperkuat identitas merek Teh Macan di mata konsumen. Dengan menghadirkan *merchandise* yang menarik dan berkualitas, Teh Macan dapat meningkatkan keterlibatan emosional konsumen terhadap merek, serta menciptakan pengalaman pengguna yang lebih mendalam.

Dengan langkah-langkah ini, diharapkan bahwa Teh Macan dapat mencapai tujuan strategisnya untuk memperkuat posisi di pasar teh lokal Ajibarang, Banyumas. Rebranding ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan citra merek dan daya tarik produk, tetapi juga untuk memberikan dampak positif dalam meningkatkan ekonomi lokal dengan menarik minat lebih banyak konsumen, memperluas jaringan distribusi produk, dan menciptakan lapangan kerja baru dalam komunitas.

## **5.2 Saran**

Untuk memperkuat perancangan rebranding dan promosi Teh Macan di platform digital, beberapa saran strategis dapat dipertimbangkan. Pertama, Teh Macan dapat memperluas jangkauan melalui E-commerce untuk mencapai lebih banyak konsumen potensial di berbagai lokasi, baik di Ajibarang, Banyumas, maupun secara nasional atau internasional. Keberadaan yang kuat di platform E-commerce akan membantu meningkatkan penjualan secara signifikan dan memperluas pangsa pasar Teh Macan.

Selanjutnya, konsistensi dalam promosi pada platform media digital juga sangat penting. Teh Macan perlu mengembangkan strategi konten yang terjadwal dan konsisten di media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Konten-konten ini harus mempertahankan tema, estetika, dan pesan merek yang sama untuk menciptakan citra merek yang kohesif dan mudah dikenali oleh konsumen. Dengan menjaga konsistensi ini, Teh Macan dapat membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen yang lebih kuat, serta meningkatkan kesadaran merek di kalangan audiens target.