

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan terhadap strategi visual branding pada *clothing line* Berkah Sembada, dapat disimpulkan bahwa strategi visual branding memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk dan memperkuat identitas bisnis. Konsistensi penggunaan elemen visual seperti logo, warna, tipografi, dan desain kemasan berhasil menciptakan citra brand yang mencerminkan nilai keberkahan, kesederhanaan, dan keberanian. Proses pengembangan produk dilakukan secara sistematis, dimulai dari riset pasar, identifikasi target pasar, perancangan desain, promosi, produksi, distribusi, hingga evaluasi dan pengembangan. Identifikasi target pasar yang spesifik, yaitu komunitas penggemar sepak bola lokal, menjadi strategi yang efektif dalam menjangkau konsumen dengan pendekatan emosional dan visual yang relevan. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan kolaborasi dengan akun komunitas menjadi kekuatan utama dalam memperluas jangkauan promosi meskipun usaha masih berskala kecil dan menggunakan sistem *pre-order*. Tahapan evaluasi dan pengembangan dilakukan secara berkala berdasarkan umpan balik konsumen dan tren pasar, sehingga brand tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan.

4.2 Saran

Sebagai pengembangan ke depan, disarankan agar Berkah Sembada mulai mendiversifikasi media promosi, tidak hanya bergantung pada Instagram tetapi juga memanfaatkan platform lain seperti TikTok, website pribadi, dan *marketplace* untuk memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penting untuk memperkuat strategi brand awareness melalui kampanye visual yang konsisten dan kreatif, seperti *storytelling*, konten pelanggan, dan testimoni. Dalam hal produksi, peningkatan efisiensi waktu dan transparansi proses *pre-order* juga perlu dilakukan agar dapat menjaga kepuasan pelanggan. Pengembangan produk baru dengan tetap mengusung nilai lokal dan sporty, serta inovasi kemasan yang ramah lingkungan namun tetap menarik secara visual, juga dapat menjadi nilai tambah. Terakhir, setiap strategi dan keputusan bisnis sebaiknya didukung oleh data yang akurat, baik dari media sosial, penjualan, maupun feedback konsumen, guna mempermudah evaluasi dan pengambilan keputusan jangka panjang.