

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Perjalanan PT. Dua Kelinci agar bisa menggeser pemimpin pasar tidaklah mudah di mulai dari menggali informasi dari para konsumen dengan mengadakan forum dengar pendapat yang pesertanya adalah calon pelanggan potensial. Analisis *Branding* yang dilakukan oleh PT Dua Kelinci adalah periklanan, personal *branding*, kuis menarik, dan *Promotion sales*. Bekerja sama dengan club Real Madrid merupakan suatu keuntungan karena produk dapat terkenal di mancanegara. PT. Dua Kelinci memiliki berbagai sertifikasi yang mendukung kualitas dan keamanan produknya, termasuk sertifikasi halal dan ISO 22000. Sertifikasi halal memastikan produk memenuhi standar kehalalan dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) dan BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal). Sertifikasi ISO 22000, yang juga dimiliki PT. Dua Kelinci, menjamin kualitas produk dan proses produksi yang memenuhi standar internasional.

Desain kemasan produk Dua Kelinci memiliki ciri khas yang kuat dan menarik, menggunakan logo "Dua Kelinci" yang ikonik dan warna-warna cerah yang identik dengan kelezatan dan kesenangan. Kemasan sering menampilkan ilustrasi kacang yang renyah dan menarik, serta informasi penting seperti nama produk, komposisi, dan nilai gizi. Adanya logo dua kelinci di kemasan tersebut menjadi ikonik atau ciri khas kemasan yang juga mewakili nama merek dan identitas produk.

5.2 Saran

Sebaiknya PT. Dua Kelinci lebih memperluas periklanan di media sosial. Salah satunya dengan melakukan promosi di berbagai media sosial lainnya, misalnya line, telegram dan youtube. Selain itu pihak marketing dari PT. Dua Kelinci dapat berkoordinasi dengan berbagai situs belanja online. Hal ini diperlukan untuk memperluas jangkauan pasar.