

LAPORAN TUGAS AKHIR
STRATEGI PENGEMBANGAN *BRAND IDENTITY* PRODUK
“SHILOKA” DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
***AWARENESS* RUMAH KUKUS BOGOR**

Diajukan untuk memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan Pariwisata



Disusun oleh:

ANDI FADHIL ISMAIL

NIM: 21700007

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
JURUSAN PARIWISATA
POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF
JAKARTA
2025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Pengembangan Brand Identity Produk
"Shiloka" Dalam Meningkatkan Brand Awareness
Rumah Kukus Bogor
Penulis : Andi Fadhil Ismail
NIM : 21700007
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim
Penguji Tugas Akhir di kampus Politeknik Negeri Media
Kreatif pada hari Kamis, 10 Juli 2025.

Disahkan oleh:

Ketua Penguji,



Antinah Latif, S.Kp.G., M.KM
NIP. 199112092019032023

Anggota Penguji 1

Anggota Penguji 2



Akhmad Guntawan S.S., M.Pd
NIP. 197305192024211001



Fristi Bellia Annishia, S.K.M, M.Par., M.M.
NIP. 198809082022032008

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M.
NIP. 198605092019032011

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Brand Identity Shiloka Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Rumah Kukus Bogor
Penulis : Andi Fadhil Ismail
NIM : 21700007
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata

Tugas Akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.

Ditandatangani di Jakarta, 16 Juni 2025.

Dosen Pembimbing 1



Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M.
NIP. 198809082022032008

Dosen Pembimbing 2



Lu'luwatin Rosdjana Aprilia, S.Pd., M.M.Par.
NIP. 199104252022032012

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan



Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M.
NIP. 198809082022032008

PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Fadhil Ismail
NIM : 21700007
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul:

Strategi Brand Identity Shiloka Dalam Meningkatkan Brand Awareness Rumah
Kukus Bogor

**adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari
plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini,
saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-
benarnya.

Jakarta, 10 Juli 2025

Yang menyatakan,


Andi Fadhil Ismail
NIM: 21700007

PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai civitas academica Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andi Fadhil Ismail
NIM : 21700007
Program Studi : Pengelolaan Perhotelan
Jurusan : Pariwisata
Tahun Akademik : 2024/2025

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Brand Identity Shiloka Dalam Meningkatkan Brand Awareness Rumah Kukus Bogor beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/penciptaan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 10 Juli 2025

Yang menyatakan,


Andi Fadhil Ismail
NIM: 21700007

ABSTRAK

This study aims to analyze brand identity strategies that can be applied to increase the brand awareness of Rumah Kukus Bogor, a local MSME in the culinary sector that offers a healthy and practical food concept. Despite having a distinctive taste and affordable pricing, Rumah Kukus Bogor's brand awareness remains relatively low, particularly among the broader consumer segment. The research method used is a qualitative approach with observation and interview techniques. Informants in this study consist of the business owner as the key informant and several consumers as supporting sources. The results of the SWOT analysis and the IE Matrix indicate that Rumah Kukus Bogor is in a strategic position for growth, falling within Quadrant I (Grow and Build), which reflects strong internal capabilities and substantial external opportunities. One of the key findings of this study is the identification of Shiloka as a flagship product with the potential to serve as a new brand identity. The recommended strategies include developing more varied and appealing products, as well as enhancing market penetration through more active, collaborative, and consistent digital promotion.

Keywords: *Brand Identity, Brand Awareness, Marketing Strategy, MSMEs, Rumah Kukus Bogor*

Kajian ini bertujuan untuk menganalisis strategi *brand identity* yang dapat diterapkan untuk meningkatkan brand awareness Rumah Kukus Bogor, sebuah UMKM kuliner lokal yang menawarkan konsep makanan sehat dan praktis. Meskipun memiliki cita rasa khas dan harga yang terjangkau, *brand awareness* Rumah Kukus Bogor masih tergolong rendah, terutama di kalangan konsumen yang lebih luas. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pemilik usaha sebagai informan kunci dan beberapa konsumen sebagai pendukung. Hasil analisis SWOT dan Matriks IE menunjukkan bahwa Rumah Kukus Bogor berada dalam posisi strategis untuk tumbuh, yakni pada Kuadran I (*Grow and Build*), yang menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan internal yang mendukung dan peluang eksternal yang besar. Salah satu hasil utama dari kajian ini adalah identifikasi Shiloka sebagai produk unggulan yang berpotensi menjadi identitas merek baru. Strategi yang disarankan meliputi pengembangan produk yang lebih variatif dan menarik, serta peningkatan penetrasi pasar melalui promosi digital yang lebih aktif, kolaboratif, dan konsisten.

Kata Kunci: *Brand Identity, Brand Awareness, Strategi Pemasaran, UMKM, Rumah Kukus Bogor*

PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada :

1. Dr. Tipri Rose Kartika, M.M., Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif.
2. Dr. Handika Dany Rahmayanti, M.Si., Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Maria Ulfah Catur Afriasih, S.Pd., M.M., Ketua Jurusan Pariwisata.
4. Swastono Putro Pirastyo, S.Par., M.Par., Sekretaris Jurusan Pariwisata.
5. Fristi Bellia Annishia, S.K.M., M.Par., M.M., Koordinator Program Studi Pengelolaan Perhotelan dan Dosen Pembimbing I.
6. Lu'luwatin Rosdiana Aprilia, S.Pd., M.M.Par., Sekretaris Program Studi Pengelolaan Perhotelan dan Dosen Pembimbing II.
7. Para dosen, tenaga kependidikan dan teman-teman penulis di Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta yang telah melayani serta menemani penulis selama menempuh pendidikan di sini.
8. Keluarga penulis yaitu Bunda, Ayah, Abang dan Billal yang telah mendukung secara rohani, jasmani, moral, materi, cinta, dan kasih sayang yang mendalam.
9. Himpunan Mahasiswa Perhotelan periode 2022/2023 dan 2023/2024 yang telah memberikan banyak pelajaran dan kenangan selama menempuh pendidikan.
10. Bella Agusliana Ningsih Cantik dengan NIM 21700010 yang telah membantu, menemani dan mendukung apapun itu selama perkuliahan dan proses penyusunan tugas akhir ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk laporan ini.

Jakarta, 18 Juni 2025

Penulis,



Andi Fadhil Ismail

NIM: 21700007

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME	iv
PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Kajian.....	5
F. Manfaat Kajian.....	5
BAB II	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Teori.....	7
B. Pertanyaan Kajian	23
BAB III.....	24
METODE KAJIAN.....	24
A. Jenis Kajian	24
B. Tempat dan Waktu Pelaksanaan	25
C. Subjek Kajian	25
D. Teknik Pengumpulan Data	26
E. Analisis Data	27
F. Uji Triangulasi.....	31

BAB IV	32
A. Hasil Kajian	32
B. Pembahasan.....	50
C. Keterbatasan Kajian	54
BAB V.....	56
PENUTUP.....	56
A. Kesimpulan	56
B. Implikasi.....	57
C. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo Rumah Kukus Bogor	2
Gambar 2 UMKM.....	10
Gambar 3 Sushi.....	14
Gambar 4 Makanan Kukus	16
Gambar 5 SWOT	17
Gambar 6 Diagram Matriks IE.....	30
Gambar 7 Diagram Cartesius Analisis SWOT Rumah Kukus Bogor.....	46
Gambar 8 Matriks Internal & Eksternal Rumah Kukus Bogor.....	47

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Form Perhitungan Skor EFAS & IFAS	29
Tabel 2 Rekapitulasi Data Konsumen	34
Tabel 3 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan Internal.....	38
Tabel 4 IFAS Rumah Kukus Bogor.....	39
Tabel 5 Penentuan Bobot Faktor-Faktor Peluang dan Ancaman Eksternal	42
Tabel 6 EFAS Rumah Kukus Bogor	43
Tabel 7 Matriks SWOT	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Riwayat Hidup.....	59
Lampiran 2 Salinan Lembar Pembimbingan Ta.....	60
Lampiran 3 Dokumentasi Uji Proposal Ta.....	62
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	63
Lampiran 5 Data Konsumen	67
Lampiran 6 Dokumentasi Kegiatan Wawancara	68
Lampiran 7 Dokumentasi pengumpulan HKI.....	69
Lampiran 8 Sertifikat Magang Industri.....	70