

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dari proses produksi yang telah dilaksanakan, penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pembuatan *brand identity* Keripik Pegagan UMKM Mutiara *Homemade Snack* melalui tahapan pra produksi, produksi, dan pasca produksi yang terstruktur dan terencana
2. Pembuatan *brand identity* berupa logo dan tagline dan implementasi brand identitas dalam kemasan dan leaflet di sesuaikan dengan karakter produk yang alami, sehat, dan khas lokal
3. Hasil survei pre test dan post test menunjukkan adanya peningkatan *brand awareness* produk Keripik Pegagan UMKM Mutiara *Homemade Snack*
4. Review dari klien menunjukkan adanya respon positif bahwa *brand identity* yang dibuat oleh penulis mampu mempresentasikan produk dengan baik, mudah dikenali serta diingat
5. Strategi branding yang penulis buat mampu membantu produk Keripik Pegagan mencapai pusat oleh oleh Kabupaten Semarang

5.2. Saran

Dalam pembuatan karya, penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam desain yang telah dibuat. Dengan demikian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Mengikuti perkembangan teknologi dengan menggunakan aplikasi editing sebagai alat pembuatan desain, seperti Canva, Adobe Illustrator, atau Corel, yang memiliki fitur lengkap dan mendukung output berkualitas tinggi cetak maupun digital

2. Jika terdapat varian baru desain kemasan sebaiknya disesuaikan agar tetap selaras dengan identitas utama produk. Jika suatu saat produk Keripik Pegagan memiliki varian rasa baru, sebaiknya desain kemasan tetap mengacu pada identitas visual utama, seperti warna dominan hijau dan penggunaan logo, agar konsumen tetap mengenali produk. Contoh, varian rasa pedas dapat menggunakan aksen warna merah, tetapi tetap mempertahankan elemen brand utama.
3. *Brand identity* berupa logo dan tagline digunakan secara konsisten agar masyarakat mampu mengenali dan mengingat produk dengan baik. Logo dan tagline harus diterapkan secara konsisten pada semua media promosi digital. Saat UMKM Mutiara Homemade Snack hanya aktif di WhatsApp. Oleh karena itu penulis menyarankan untuk memulai membuka toko daring di platform digital sebagai saluran pemasaran yang lebih luas dan efektif.
4. Penulis menyarankan klien untuk melakukan survei sederhana setiap 3-6 bulan sekali melalui Google Form atau wawancara langsung. Klien perlu melakukan evaluasi atau survei secara berkala untuk mengetahui sejauh mana masyarakat masih mengenal produk serta menilai tingkat kepuasan mereka terhadap tampilan dan kualitas produk yang ditawarkan. Data ini menjadi dasar perbaikan desain maupun strategi pemasaran.
5. Klien diharapkan dapat menjaga komunikasi dan menjalin kerja sama yang berkelanjutan dengan pengelola pusat oleh-oleh di Kabupaten Semarang, yang sebelumnya telah dijembatani oleh penulis, agar proses pemasaran produk dapat terus berjalan secara konsisten. Klien bisa menjalin komunikasi melalui WhatsApp atau kunjungan langsung setiap bulan.