

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pembuatan *brand identity* dan pendampingan *digital marketing* pada UMKM Madu Klanceng Assyifa berhasil dilaksanakan melalui tahapan pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. *Brand identity* yang dihasilkan meliputi logo, tagline, palet warna, tipografi, serta implementasinya pada label kemasan, stiker segel, *leaflet*, dan tas spunbond. Selain itu, pendampingan *digital marketing* dilakukan melalui pembuatan dan pengelolaan akun Instagram, akun Shopee *Seller Centre*, serta pemanfaatan Linktree sebagai media promosi dan penjualan digital.

Berdasarkan hasil evaluasi *Key Performance Indicator* (KPI), seluruh indikator yang telah ditetapkan berhasil tercapai bahkan melampaui target. *Brand recognition* mencapai 100%, *brand recall* mencapai 90,2%, dan posisi *top of mind* Madu Klanceng Assyifa meningkat dari tidak disebutkan pada survei awal menjadi merek dengan sebutan terbanyak pada post-survei. Hasil tersebut menunjukkan bahwa penerapan *brand identity* yang konsisten dan didukung oleh pendampingan *digital marketing* efektif dalam meningkatkan *brand awareness* UMKM Madu Klanceng Assyifa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan Tugas Akhir, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi UMKM Madu Klanceng Assyifa, disarankan untuk menggunakan identitas merek secara konsisten pada seluruh media promosi dan kemasan produk. UMKM juga perlu mengunggah konten Instagram secara berkala, memanfaatkan fitur Insight untuk mengevaluasi performa konten, memperbarui katalog produk di Shopee secara rutin, serta menjaga respons yang cepat terhadap pesan dan komentar konsumen.
2. Bagi Desa Wisata Branjang, hasil pembuatan karya ini diharapkan dapat menjadi contoh bagi UMKM lainnya dalam membangun identitas merek dan memanfaatkan *digital marketing* sebagai upaya meningkatkan daya saing produk lokal.
3. Bagi peneliti atau mahasiswa selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan melakukan pengukuran efektivitas penerapan *brand identity* dan strategi *digital marketing* terhadap peningkatan *brand awareness*, penjualan, maupun loyalitas konsumen dalam jangka waktu yang lebih panjang.