BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Pelaksanaan MBKM *Cluster* Proyek Desa bersama tiga UMKM mitra, yaitu UMKM Dapur Geni Jogja, UMKM Sister Dimsum Tangerang, dan UMKM Goorich, telah memberikan pengalaman yang bermakna dalam pengembangan identitas visual dan peningkatan kualitas *branding* UMKM lokal.

Melalui pendekatan analisis, observasi, diskusi intensif, serta proses perancangan yang kolaboratif, penulis berhasil merancang berbagai media komunikasi visual seperti logo, kemasan produk, maskot, hingga media promosi (*x-banner*, spanduk, katalog, dsb.) yang selaras dengan karakter dan kebutuhan masing-masing UMKM.

Ketiga UMKM menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti proses *rebranding*. Namun, setiap UMKM juga memiliki tantangan tersendiri, mulai dari komunikasi, keterbatasan waktu, hingga minimnya pemahaman digitalisasi. Meski demikian, dengan adaptasi dan kolaborasi yang baik, hasil dari proyek ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan citra dan potensi pasar dari masing-masing UMKM.

5.2 Saran

1) Untuk UMKM Mitra

UMKM disarankan untuk terus mempertahankan dan mengembangkan identitas visual yang telah dirancang agar konsisten digunakan dalam setiap aktivitas promosi. Selain itu, penting juga untuk meningkatkan pemahaman tentang pemasaran digital dan penggunaan media sosial sebagai sarana membangun relasi dengan konsumen.

2) Untuk Mahasiswa Pelaksana MBKM

Perlu adanya pendekatan komunikasi yang lebih intens sejak awal, termasuk membuat kesepakatan kerja, pemetaan target capaian, dan

jadwal rutin evaluasi bersama. Hal ini penting untuk menyamakan persepsi dan menjaga keterlibatan aktif dari pihak UMKM.

3) Untuk Penyelenggara MBKM

Disarankan agar MBKM *Cluster* Proyek Desa diberikan waktu pelaksanaan yang lebih panjang dan pendampingan yang lebih terstruktur, agar hasil kerja mahasiswa dapat lebih optimal dan berdampak jangka panjang bagi UMKM mitra.

4) Penguatan Kolaborasi Lintas Daerah

Keberhasilan proyek ini menunjukkan bahwa kolaborasi antarwilayah (Jogja dan Tangerang) sangat memungkinkan dilakukan dan membuka peluang pengembangan jejaring UMKM lintas daerah, baik dalam pertukaran produk, ide, maupun inovasi pemasaran.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA