

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Simpulan**

UMKM memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, mengurangi pengangguran, dan menciptakan inovasi baru.. Untuk terus berkembang dan bersaing di tengah persaingan pasar yang ketat, UMKM perlu meningkatkan kapasitas branding dan identitas visual. Melalui program MBKM Proyek Desa yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, penulis dan kelompok bekerja sama dengan 3 UMKM untuk menganalisa masalah desain serta perancangan solusi desain. Fokus utama penulis adalah proyek perancangan ulang identitas brand dari UMKM Lafini, yang bergerak di bidang kuliner tradisional seperti kue basah, kue kering, dan jajanan pasar. Hasil riset menunjukkan bahwa Lafini belum memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten. Elemen visual seperti logo, tipografi, dan warna belum mencerminkan karakter produk yang dijual. Kurangnya pemasaran dan identitas yang tidak konsisten mengakibatkan kurangnya *brand awareness dan equity* sehingga sulit bagi Lafini untuk menonjol dalam pasar.

#### **5.2 Saran**

Selama MBKM Cluster Proyek Desa dijalankan, penulis mendapatkan banyak pengalaman yang bermanfaat dan dapat menjadi saran untuk pelaksanaan MBKM kedepannya. Penulis berharap hasil dari perancangan ulang identitas Lafini dapat membantu UMKM Lafini dalam masalah desainnya serta meningkatkan *brand awareness* Lafini. Manfaat praktis dari proyek ini adalah perancangan desain identitas visual yang dapat digunakan oleh UMKM untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan *brand image*. Sedangkan untuk masalah teoritis, hasil juga diharapkan menjadi tambahan ilmu Desain Komunikasi Visual bagi pemilik dan mahasiswa lainnya yang akan menjalankan proyek serupa. Penulis juga mendapatkan portofolio baru dari hasil perancangan selama program dilaksanakan.

Selain itu, dari pihak UMKM dapat menambah koneksi dan bantuan desain agar meningkatkan *brand image*. Penulis berharap dengan proyek ini UMKM yang berpartisipasi juga dapat bekerja sama dengan universitas. Adapun saran yang ingin disampaikan penulis bagi,

Untuk meningkatkan *brand equity* Lafini, penulis mencari solusi desain menggunakan metode *Design Thinking* (2014), oleh Robin Landa. Metode mencakup 5 tahap desain yang dimulai dengan *orientation, analysis, concept, design, dan implementation*. Tahapan dimulai dengan riset melalui observasi dan wawancara, dilanjutkan dengan *brainstorming big idea* dan *moodboard*, proses digitalisasi desain, implementasi desain, dan perancangan GSM sebagai pedoman penggunaan identitas visual dalam desain. Hasil perancangan ulang identitas visual dapat memberikan dampak positif pada UMKM Lafini agar membangun identitas yang kuat dan konsisten. Identitas visual yang konsisten dapat memudahkan masyarakat untuk lebih mengenal dengan brand serta membangun *brand loyalty*. Anggota kelompok juga berkontribusi dalam perancangan foto produk dan media sosial yang mendasarkan desain dengan identitas baru yang telah dirancang. Dengan itu, media dan foto dapat meningkatkan promosi Lafini, agar lebih dikenal melalui media daring dan memperluas pasar.

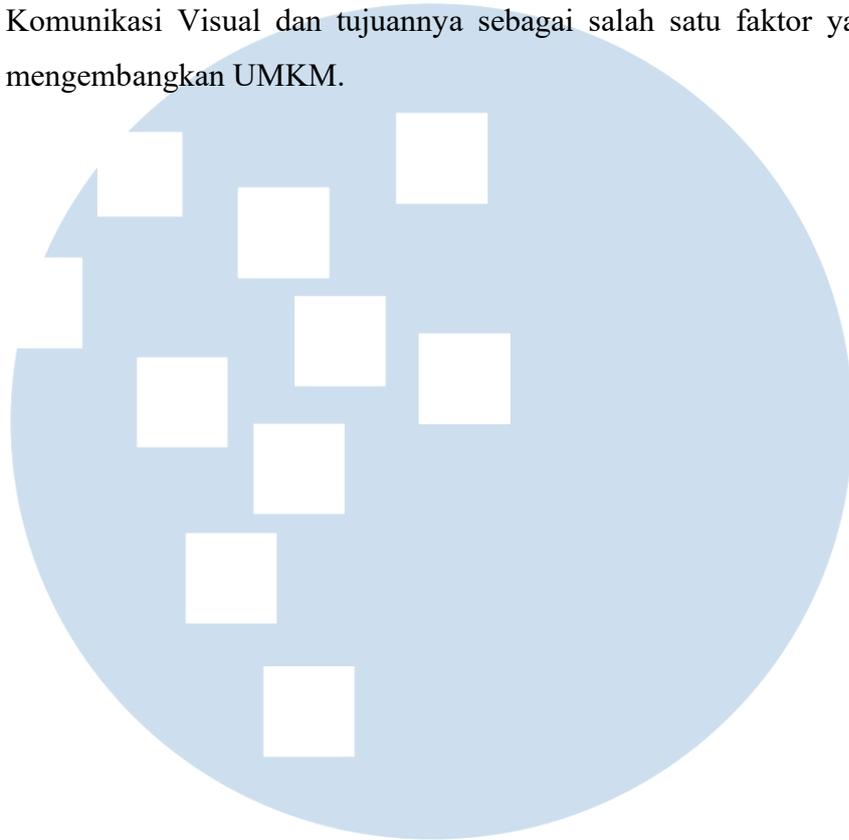
#### 1. Universitas

Program MBKM Cluster Proyek Desa memiliki potensi dalam mengembangkan UMKM disekitar universitas. Pelaksanaan dapat sekaligus melatih keterampilan mahasiswa dalam dunia kerja. Maka dari itu diperlukan informasi yang jelas dan efektif dalam melaksanakannya. Proses yang lancar menghasilkan hasil yang maksimal.

#### 2. Peneliti

*Time Management* menjadi bagian penting dalam pelaksanaan perancangan. Penting bagi peneliti untuk mengatur jadwal sehingga menghasilkan proses dan hasil yang efektif. Penulis juga berharap penelitian lain dapat membantu

dalam membangun UMKM local. Khususnya mengenai ilmu Desain Komunikasi Visual dan tujuannya sebagai salah satu faktor yang dapat mengembangkan UMKM.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA