

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Nana Cake & Cookies merupakan salah satu UMKM di wilayah Kelurahan Medang dan berada di bawah naungan Pokdarwis Medang. Nana Cake & Cookies berfokus pada sajian homemade yaitu berbagai jeni kue kering, kue basah, serta layanan catering seperti nasi kotak dan snack box. UMKM ini memiliki keunggulan yaitu produk homemade berkualitas yang menawarkan beragam variasi kue ataupun makanan, serta fleksibilitas bagi konsumen untuk melakukan pemesanan sesuai kebutuhan mereka. Harga yang ditawarkan juga tergolong terjangkau untuk dinikmati berbagai kalangan masyarakat. Meskipun begitu, penulis dapat menyimpulkan bahwa Nana Cake & Cookies memiliki permasalahan utama yaitu belum adanya visual brand yang konsisten dan sesuai dengan visi brand. Hal ini dapat membuat rendahnya daya tarik visual dan sulit membangun brand recognition pada masyarakat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis melakukan perancangan identitas brand melalui tahapan perancangan yang dilandasi teori Designing Brand Identity (2017) oleh Alina Wheeler. Penulis melengkapi kebutuhan identitas visual Nana Cake & Cookies dalam bentuk *media collateral* seperti kartu nama, menu, banner, label produk, hingga apron yang merepresentasikan citra brand secara aplikatif dan nyata. *Brand collateral* dapat membantu memperkuat citra brand dan meningkatkan *brand awareness* secara efektif, sehingga dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu brand (Li dkk., 2022).

Perancangan ini dilakukan dengan menyelaraskan dengan brand image Nana Cake & Cookies yang mengangkat nilai *elegant*, *calm*, dan *homemade*, serta memvisualisasikan big idea “Ada Rumah dalam Tiap Rasa”. Media yang dirancang menjadi *touchpoint* untuk memperkuat identitas brand secara menyeluruh, sekaligus menjadi sarana komunikasi visual yang efektif untuk memperkuat positioning Nana Cake & Cookies di tengah persaingan pasar.

5.2 Saran

Berdasarkan pengalaman penulis selama berlangsungnya program MBKM Cluster Proyek Desa, penulis menetapkan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, khususnya bagi pihak yang akan menjalankan proyek serupa di masa mendatang. Saran ini dibagi ke dalam aspek teoretis dan praktis agar lebih terarah dan aplikatif.

1. Untuk Dosen/Peneliti

Penulis menyarankan agar dosen atau peneliti yang tertarik dalam membimbing maupun meneliti topik serupa dapat lebih menekankan pentingnya riset visual dan pemahaman dalam membangun identitas visual UMKM. Penelitian lanjutan juga dapat diterapkan untuk menganalisis efektivitas strategi visual branding dalam meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk UMKM.

2. Untuk Universitas

Penulis menyarankan universitas untuk dapat terus mendukung program MBKM Proyek Desa sebagai bentuk pengabdian masyarakat yang bermanfaat bagi mahasiswa dan UMKM lokal. Penulis juga menyarankan adanya sistem koordinasi untuk memastikan seluruh mitra UMKM yang tercantum dalam daftar proyek merupakan UMKM aktif dan bersedia untuk menjadi mitra dalam proyek ini.

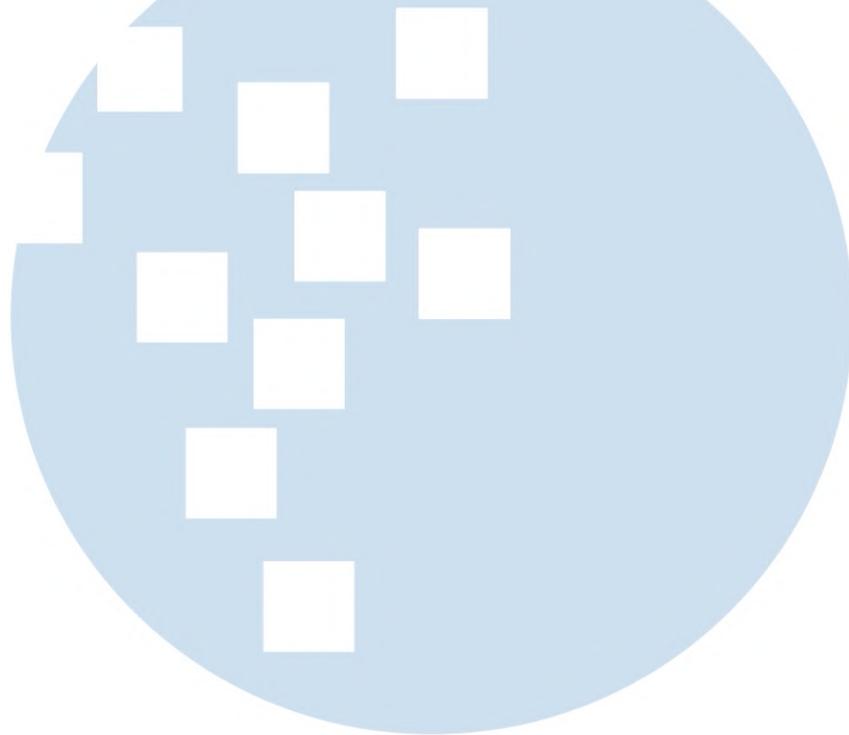
3. Untuk Mahasiswa Proyek Desa di Masa Mendatang

Penulis menyarankan bagi mahasiswa yang akan menjalani proyek desa di masa mendatang untuk mengetahui pentingnya jalinan komunikasi yang efektif dan terbuka dengan mitra UMKM, serta memberikan empati dan simpati untuk memahami kondisi UMKM. Penulis juga menyarankan untuk mempunyai manajemen waktu yang baik agar proyek dapat berjalan dengan efektif.

4. Untuk Mitra UMKM

Penulis berharap para mitra UMKM akan terus terbuka untuk menjalin kolaborasi dengan mahasiswa. Penulis juga berharap para mitra UMKM

dapat memahami bahwa identitas visual bukan hanya soal preferensi, tetapi juga sarana komunikasi yang membangun persepsi dan kredibilitas brand sehingga dapat mendukung keberlanjutan UMKM hingga masa mendatang.



UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A