

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti dalam perancangan identitas visual UMKM Aromanis Mutiara yang pada awalnya dilakukan terlebih dahulu pencarian dan pengumpulan data tentang profil UMKM Aromanis Mutiara, seperti visi dan misi perusahaan, *segmenting*, *targeting* dan *positioning*, sejarah perusahaan, perilaku konsumen dan sebagainya. Dengan didapatnya informasi-informasi tersebut, dilakukan terlebih dahulu penganalisisan data sehingga setelah itu peneliti dapat merancang konsep perancangan identitas visual untuk UMKM Aromanis Mutiara yang sesuai dengan data-data yang dihasilkan.

Konsep yang dibuat melihat target market dan target audiensnya, dimana target marketnya adalah anak-anak sedangkan target audiensnya adalah orang tua, maka aromanis mutiara memiliki konsep yang lebih menarik untuk keduanya, konsep yang digunakan yaitu konsep yang simple tetapi masih memiliki kesan ceria, diperoleh konsep dasarnya yaitu mengambil hal-hal manis seperti permen, coklat, donat, warna-warna soft, dan menyertakan karakter nenek yang selain menggambarkan rambut nenek, juga menggambarkan kehangatan yang diberikan seorang nenek atau orangtua.

Setelah dibuatnya konsep perancangan identitas visual UMKM Aromanis Mutiara yang dilihat dari visi misinya, *segmenting*, *targeting*, *positioning*, sejarah perusahaan dan perilaku konsumen yang dijadikan dasar utama dari perancangan, dihasilkan lah perancangan kreatif, salah satunya terdapat strategi kreatif, antara lain yaitu dibuatnya identitas visual seperti logo perusahaan, warna, tipografi, ilustrasi dan pattern, yang nantinya identitas visual tersebut akan diterapkan pada media-media promosi. Media promosi yang akan digunakan terdapat kedalam dua bagian, yaitu internal dan eksternal, untuk penerapan media promosi internal, maka peneliti menerapkan identitas visual ke media promosi baju seragam dan apron untuk para pekerja UMKM Aromanis Mutiara, sedangkan untuk media promosi eksternal, yang paling utama yaitu kemasan dan ada juga media-media pendukung lainnya seperti banner, kartu nama, stiker, dan media sosial instagram dan facebook.

Pemilihan media sudah disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan tujuan pemasaran yang sudah dirancang berdasarkan hasil penelitian.

Kaidah-kaidah yang digunakan dalam penerapan logo telah peneliti susun dan dapat dilihat pada *Brand Guidline* atau buku panduan merek perusahaan, baik yang berbentuk cetak maupun yang berbentuk digital berformat PDF dengan harapan panduan merek perusahaan tersebut dapat digunakan dan dapat bermanfaat bagi pihak UMKM Aromanis Mutiara. Selain itu, dengan adanya perancangan identitas visual pada UMKM Aromanis Mutiara ini, diharapkan dapat membangun dan memperkuat citra UMKM Aromanis Mutiara dengan melekatnya karakter dan ciri khas dari perusahaan tersebut.

5.2 IMPLIKASI

Sejalan dengan kesimpulan yang sudah dipaparkan, terdapat implikasi dari penelitian ini, yaitu guna untuk wadah media promosi UMKM Aromanis Mutiara dengan adanya identitas visual yang mendeskripsikan UMKM Aromanis Mutiara, diharapkan dapat mengenalkan kepada masyarakat luas dan dapat membangunnya citra baik dari masyarakat terhadap UMKM Aromanis Mutiara, selain itu perancangan identitas visual UMKM Aromanis Mutiara ini juga bertujuan untuk meningkatkan target pasar, maka peneliti menerapkan identitas visual tersebut ke beberapa media promosi, baik media promosi cetak maupun media promosi digital, dengan itu, diharapkan dapat menumbuhkan kepercayaan masyarakat kepada UMKM Aromanis Mutiara, sehingga UMKM ini dapat terus berjalan dan berkembang seiring dengan berjalannya waktu.

5.3 REKOMENDASI

Berdasarkan hasil perancangan identitas visual pada UMKM Aromanis Mutiara yang sudah dilakukan dan diterapkan pada media promosi, diperoleh beberapa rekomendasi yang akan peneliti paparkan, yaitu :

1. Bagi UMKM Aromanis Mutiara

UMKM Aromanis Mutiara disarankan untuk melakukan strategi *branding* yang dapat mengidentifikasikan karakter dari perusahaan, guna untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang serupa, selain itu disarankan juga untuk mengikuti *brand*

guidline yang sudah peneliti buat, agar pada saat diimplementasikan, desain lebih konsisten dan mempermudah audiens untuk mengenal identitas visual yang tidak berubah-ubah karena sudah sesuai dengan aturan yang telah dibuat.

UMKM Aromanis Mutiara juga perlu memiliki platform jual beli online, tidak hanya di instagram dan facebook, tetapi ditambahkan seperti gofood, shopee food dan platform online lainnya yang sekiranya dapat digunakan, dengan tujuan agar target pasar benar-benar meluas.

2. Bagi Pemerintah Kota Tasikmalaya

Bagi Pemerintah, sebagai bentuk bantuan untuk UMKM yang sedang dirintis saat ini, disarankan untuk merealisasikan suatu kebijakan yang dirancang sebaik-baiknya terhadap UMKM, guna agar perekonomian pada umumnya di Indonesia dan khususnya di Tasikmalaya ini dapat membaik, bahkan meningkat, contoh dari kebijakan yang dapat direalisasikan adalah memberikan keringanan pajak, memudahkan UMKM untuk mendapatkan lisensinya, dan mengadakan pelatihan bisnis agar UMKM yang ada saat ini terus berkembang tidak hanya soal jumlah tetapi soal kualitas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya untuk dapat lebih memperluas cakupan penelitian dan mempertimbangkan hal-hal lain tentang identitas visual yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan UMKM Aromanis Mutiara, contoh yang dapat dikembangkan adalah dengan menambahkan media promosi lain yang lebih terkemuka.