

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

Bab V ini secara garis besar akan memamparkan deskripsi tentang simpulan, implikasi dan rekomendasi dari penelitian yang telah dilakukan peneliti pada perancangan ulang identitas visual UMKM Aremut Mandiri dan penerapannya pada media promosi utama dan media promosi pendukung.

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti dalam perancangan identitas visual UMKM Gula Aren Aremut Mandiri yang pada awalnya dilakukan terlebih dahulu pencarian dan pengumpulan data tentang profil UMKM Gula Aren Aremut Mandiri 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 Gula Aren Aremut Mandiri yang sesuai dengan data-data yang dihasilkan. Konsep yang digunakan untuk UMKM Aremut Mandiri yaitu diperoleh konsep dasarnya yang menarik perhatian tetapi masih memiliki kesan natural. Pada pembuatan identitas visual juga mengambil hal-hal natural dari pemilihan warna, pemilihan tipografi dan objek-objek pendukung yang digunakan, seperti menyertakan karakter pohon yang menggambarkan pohon nira.

Proses 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 peneliti menerapkan identitas visual ke media promosi baju seragam dan apron untuk para pekerja UMKM Gula Aren Aremut Mandiri. 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. 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.

5.2 Implikasi

Sejalan dengan kesimpulan yang sudah dipaparkan, terdapat implikasi dari penelitian ini, yaitu guna untuk wadah media promosi UMKM Gula Aren Aremut Mandiri dengan adanya identitas visual yang mendeskripsikan UMKM Gula Aren Aremut Mandiri diharapkan dapat mengenalkan kepada masyarakat luas dan dapat membangunnya citra baik dari masyarakat terhadap UMKM Gula Aren Aremut Mandiri selain itu perancangan identitas visual UMKM Gula Aren Aremut Mandiri ini juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan memberi wajah baru agar meluasnya target pasar. 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 Gula Aren Aremut Mandiri sehingga UMKM ini dapat terus berjalan dan berkembang seiring dengan berjalannya waktu.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil perancangan identitas visual pada UMKM Gula Aren Aremut Mandiri yang sudah dilakukan dan diterapkan pada media promosi, diperoleh beberapa rekomendasi yang akan peneliti paparkan, yaitu:

1. Bagi UMKM Gula Aren Aremut Mandiri

UMKM Gula Aren Aremut Mandiri disarankan untuk melakukan strategi branding yang dapat mengidentifikasikan karakter dari perusahaan, guna untuk dapat UMKM Gula Aren Aremut Mandiri 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 guideline 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 Gula Aren Aremut Mandiri juga perlu memiliki platform jual beli online, tidak hanya di instagram, tetapi ditambahkan seperti facebook, gofood, shopee food dan platform online lainnya yang sekiranya dapat digunakan, dengan tujuan agar target pasar benar-benar meluas.

2. Bagi Pemerintah Kota Bandung

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 Bandung 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 Gula Aren Aremut Mandiri contoh yang dapat dikembangkan adalah dengan menambahkan media promosi lain yang lebih terkemuka.