

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Dalam perancangan identitas *branding* UMKM Telur Asin Ibu Iyam diawali dengan pencarian data dan informasi mengenai usaha Telur Asin Ibu Iyam meliputi visi misi perusahaan, dan karakter konsumen. Setelah data dan informasi terkumpul, peneliti melakukan analisis data sehingga dapat dilakukan penyusunan mengenai strategi konsep perancangan identitas *branding* pada UMKM Telur Asin Ibu Iyam. Dari konsep perancangan identitas *branding* tersebut peneliti menginterpretasikan visi misi, karakter konsumen, dan penempatan merek UMKM Telur Asin Ibu Iyam kedalam sebuah bentuk unsur visual yang digunakan sebagai dasar dari perancangan identitas *branding* yaitu diantaranya, ilustrasi, warna, tipografi, dan visual *brainstroming*. Hasil dari visualisasi unsur visual tersebut didapatkan logo yang dirancang secara sederhana dan mewakili identitas perusahaan Telur Asin Ibu Iyam.

Sebagai media utama dalam mempromosikan produk telur asin Ibu Iyam, kemasan produk harus dapat merepresentasikan *brand image* dari usaha telur asin Ibu Iyam. Oleh karena itu, mengaplikasikan identitas *brand* pada kemasan produk telur asin Ibu Iyam dapat mendukung citra usaha telur asin Ibu Iyam yang ingin ditonjolkan. Pengaplikasian identitas *brand* pada kemasan produk yaitu dengan menerapkan logo, warna, tipografi, ilustrasi, dan identitas Telur Asin Ibu Iyam berupa nama alamat, dan kontak, serta kalimat “Gurih, Lezat, dan Bergizi” pada desain kemasan. Hal ini bertujuan agar kemasan dapat memiliki daya tarik estetik dengan didukung visualisasi desain yang menarik sehingga diharapkan dapat meningkatkan penjualan telur asin Ibu Iyam.

Pemilihan media disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan dan tujuan pemasaran yang ditentukan berdasarkan hasil penelitian, analisis dan pengolahan ide-ide yang dirumuskan secara kreatif. Sebagai implementasi dari identitas *brand*, maka identitas *brand* tersebut diaplikasikan pada berbagai media komunikasi pemasaran yaitu diantaranya *Sign System* atau papan nama, menu, *banner*, cap stempel, stiker, kartu

nama, kartu ucapan, dan *marketplace* berupa *shopee* dan didasarkan pada ilustrasi, warna, tipografi. Melalui pemanfaatan media ini diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk dari UMKM Telur Asin Ibu Iyam sehingga UMKM Telur Asin Ibu Iyam dapat dikenal secara luas oleh masyarakat.

5.2 Implikasi

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka implikasi dari penelitian ini adalah sebagai sarana media promosi untuk UMKM Telur Asin Ibu Iyam berupa identitas visual yang merepresentasikan UMKM Telur Asin Ibu Iyam sehingga dapat memperkuat posisi merek telur asin Ibu Iyam di benak konsumen. Perancangan identitas *branding* juga dimaksudkan untuk mengoptimalkan identitas merek telur asin Ibu Iyam dengan cara mengimplementasikannya pada media-media promosi, baik media promosi offline maupun media promosi online sehingga diharapkan dapat menciptakan perspektif atau kesan positif di benak konsumen. Selain itu juga, diharapkan setelah menerapkan hasil perancangan identitas *branding* dapat mengembangkan serta meningkatkan pemasaran produk Telur Asin Ibu Iyam.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai perancangan identitas *branding* pada UMKM Telur Asin Ibu Iyam di Kecamatan Cibiru Bandung, maka terdapat beberapa rekomendasi yang dapat peneliti paparkan yaitu diantaranya:

1. Bagi UMKM Telur Asin Ibu Iyam

UMKM Telur Asin Ibu Iyam untuk melakukan strategi *branding* yang memrepresentasikan brand image perusahaan. Hal ini bertujuan untuk menjadi pembeda dari merek pesaing dan memperlihatkan citra dari sebuah perusahaan.

UMKM Telur Asin Ibu Iyam juga perlu memperluas pemasaran produk dengan tidak hanya mengandalkan satu media digital saja tetapi perlu merambah ke media digital lainnya, seperti melakukan penjualan di situs elektronik komersil dan melakukan promosi menggunakan media sosial.

2. Bagi Pemerintah Kota Bandung

Untuk membantu UMKM saat ini pemerintah harus mencanangkan kebijakan yang ideal untuk pelaku usaha agar ekonomi mereka dapat kembali pulih. Kebijakan yang bisa dilakukan dengan memberikan Bantuan Langsung Tunai atau dengan cara memberikan keringanan membayar pajak pada pelaku UMKM.

Pemerintah juga harus mengadakan pelatihan agar pelaku usaha ini paham dengan adanya perubahan pemasaran konvensional menjadi pemasaran online, sehingga materi yang diberikan kaitannya untuk meningkatkan pemasaran secara digital agar pelaku usaha tetap berdiri di tengah kemajuan teknologi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya, sebaiknya memperluas jangkauan objek penelitian dan terdiri dari bidang usaha yang lebih beragam dengan melakukan riset dan analisis yang mendalam, kemudian mempertimbangkan desain media kreatif yang meliputi isi pesan dan bentuk pesan sesuai dengan karakter objek penelitian sehingga akan menciptakan rancangan yang bernilai dan berkualitas yang merepresentasikan karakter usaha tersebut. Selain itu lebih memperhatikan hal-hal yang terkait dengan desain grafis dan proses *branding* mulai dari tahapan-tahapannya hingga hasil akhirnya.