

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan Proyek

Kesimpulan dari proyek implementasi *branding* pada usaha rumah tangga di Kabupaten Pesisir Selatan adalah:

- Melakukan *branding* pada sosial media instagram UMKM terpilih dengan menampilkan postingan yang lebih menarik dan profesional. Jika *branding* dilakukan secara konsisten maka akan membuka peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.
- Pembuatan desain kemasan yang menarik dan profesional serta pemilihan material alumunium foil yang efektif dalam mencegah masuknya udara, yang memperpendek umur simpan produk dan penggunaan *ziplock* yang mengurangi risiko kontaminasi karena kemasan dapat ditutup setelah dibuka
- Pembuatan logo yang menarik dan sesuai dengan karakter usaha, sehingga terlihat profesional,
- Pembuatan logo yang menarik dan sesuai dengan karakter usaha, sehingga terlihat profesional, merupakan upaya penting dalam *branding* untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan meningkatkan pengenalan merek.
- Pembuatan tagline yang sesuai dengan karakteristik produk bertujuan memberikan gambaran yang jelas kepada konsumen tentang manfaat

yang mereka peroleh saat mengonsumsi produk tersebut. Ini merupakan upaya *branding* untuk memperkuat identitas merek, meningkatkan daya tarik, dan membedakan dari pesaing, sehingga menciptakan kesan yang kuat.

- Respon dari *branding* yang dilakukan ditanggapi dengan respon positif oleh pemilik dan juga konsumen. Peneliti menganggap bahwa konsumen menyukai implementasi *branding* yang sudah dilakukan dalam proyek ini yakni dari pembuatan logo, desain kemasan, tagline dan juga media sosial.
- Pembuatan logo, desain kemasan, tagline, dan media sosial ini telah dirancang dengan memenuhi beberapa aspek penting. Pertama, *branding* memperkuat atribut produk dengan mengkomunikasikan manfaat yang membuatnya lebih menarik bagi konsumen. Kedua, *branding* mencerminkan nilai dan inti dari kepercayaan konsumen terhadap produk/merek. Ketiga, *branding* menargetkan karakteristik sosial budaya dari banyaknya khalayak sasaran. Terakhir, *branding* sudah mencerminkan karakter produk dan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dituju.

## 5.2 Keterbatasan Proyek

Proyek *branding* usaha mikro yang berkolaborasi mengalami kendala waktu dan izin dalam mengelola usaha tersebut. Perlu dipertimbangkan bahwa usaha yang di *branding* adalah milik orang lain, dan proyek ini masih dalam tahap uji coba tanpa hasil pasti. Oleh karena itu, pemilik usaha terbatas memberikan izin dan fleksibilitas kepada peneliti untuk menjalankan proses *branding* secara mendalam.

Ini dikarenakan proyek masih membutuhkan pemahaman lebih lanjut tentang produk dan lingkup usaha. Selain itu, tugas branding yang memerlukan konsistensi dan belangsung lama menjadi kendala utama. Selain keterbatasan waktu dan izin, proyek *branding* usaha mikro juga kesulitan memahami sudut pandang konsumen secara mendalam. Waktu yang terbatas membuat peneliti sulit melakukan analisis mendalam terhadap preferensi dan persepsi konsumen terhadap merek.

### **5.3 Implikasi Teoritis**

#### **5.3.1 Teoritis**

Proyek ini memiliki implikasi teoritis yang penting untuk peneliti dan usaha mikro yang terlibat. Dari segi akademis, proyek ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam manajemen bisnis dan pemasaran. Pengalaman ini menjadi nilai dalam tambah portofolio peneliti, yang dapat meningkatkan peluang karier setelah menyelesaikan studi. Sementara itu, proyek ini juga memberikan dampak positif pada usaha mikro terlibat. Pemilik usaha memiliki kesempatan untuk mengubah cara mereka menjalankan bisnis, karena temuan dan implementasi *branding* oleh peneliti dapat menjadi pedoman berharga dalam pengelolaan bisnis kedepannya. Dengan demikian, proyek ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat berkelanjutan bagi usaha mikro terkait.

#### **5.3.2 Praktis**

Implikasi praktis dari proyek ini adalah dasar awal bagi pengembangan usaha mikro terpilih, yang dapat diwujudkan melalui langkah-langkah nyata oleh para pelaku usaha. Dengan fokus pada memperkuat citra merek dan meningkatkan daya saing, proyek ini memberikan dasar yang kokoh bagi pemilik usaha mikro untuk mencapai kemajuan yang lebih besar. Upaya perbaikan dalam manajemen

merek dan strategi pemasaran akan membantu usaha mikro meningkatkan daya tariknya di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, proyek ini menjadi dasar penting dalam pengembangan usaha mikro terpilih, yang pada akhirnya memberikan nilai tambah yang signifikan dan mendorong para pelaku usaha mikro menjadi lebih maju secara berkelanjutan.

### 5.3.3 Saran

Saran penulis dari proyek yang telah dilakukan untuk kedepannya dalam melakukan *branding* penting untuk mempertahankan konsistensi dalam visualisasi produk dengan mengunggah foto dan video yang berkualitas tinggi untuk menampilkan portofolio usaha dari hasil yang dikerjakan. membangun interaksi dengan konsumen dan pengikut sosial media untuk memperkuat hubungan dan membangun kepercayaan. Kemudian memanfaatkan hal yang sedang tren seperti hastag yang digunakan dalam konten yang diunggah serta melakukan kolaborasi dengan influencer untuk dapat meningkatkan jangkauan pasar dan mempermudah ditemukan oleh calon konsumen. Selain itu membagikan ulasan atau testimoni dari konsumen dapat memperkuat kepercayaan dan membangun reputasi yang baik bagi usaha kedepannya. Jika dikemudian hari pemilik menghadapi kendala biaya untuk membuat kemasan menggunakan aluminium foil, ziplock, dan printing, alternatif yang bisa dipertimbangkan adalah dengan menggunakan sticker. Hal ini dapat membantu pemilik menekan harga pokok produk tanpa mengorbankan identitas kemasan.