

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan penulisan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terlaksananya kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di kelurahan Margodadi selama 1 bulan dengan baik.
2. UMKM Keripik Tempe Cihuy memiliki pengetahuan mengenai visual *branding* dan visual produk.
3. Terlaksananya proses *rebranding* visual logo serta visual kemasan keripik tempe cihuy yang lebih modern dan yang di harapkan akan berpengaruh besar pada proses penyebaran produk serta meningkatkan minat pada calon konsumen.

3.2 Saran

Proses *rebranding* pada desain logo dan desain kemasan bagi UMKM Keripik Tempe Cihuy di kelurahan Margodadi telah terlaksana dengan baik. Dengan waktu singkat yang dimiliki tahap demi tahap diikuti dengan baik, namun karena waktu yang singkat itu masih perlunya mengembangkan konten-konten produk yang terbaru agar tidak ketinggalan trend yang sedang viral di media sosial. Saran untuk pelaku UMKM Keripik Tempe Cihuy untuk lebih mempelajari segala hal terbaru tentang proses *branding* produk dimulai dari visual produk hingga proses pemasaran melalui platform digital.

3.3 Dampak

UMKM Keripik tempe Cihuy di kelurahan Margodadi untuk lebih terbuka dan mendalami perihal bagaimana cara pemanfaatan desain yang telah di buat ulang agar bisa memperluas produk dengan aktif dan juga meluangkan waktu untuk terus mempromosikan produknya pada platform digital karna kualitas produk keripik ini sangat bisa bersaing dengan produk makanan sejenis.