

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Pelaksanaan program kerja mandiri berupa **pembuatan logo untuk** UMKM Kue Kacang Bisundy berjalan dengan baik dan sesuai rencana. Proses perancangan logo dilakukan melalui tahap diskusi dengan pemilik usaha, identifikasi kebutuhan branding, hingga tahap desain akhir yang dapat merepresentasikan identitas UMKM.

Dengan adanya logo ini, UMKM memiliki identitas visual yang lebih jelas, profesional, dan mudah dikenali oleh konsumen. Logo juga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, memperkuat branding, serta menjadi pembeda dari produk sejenis di pasaran. Selain itu, melalui kegiatan ini penulis memperoleh pengalaman langsung dalam menerapkan ilmu desain grafis serta berinteraksi dengan pelaku UMKM di lapangan.

Secara umum, kegiatan ini memberikan manfaat baik bagi UMKM maupun mahasiswa. Bagi UMKM, logo dapat menunjang strategi pemasaran dan pengenalan produk. Bagi mahasiswa, kegiatan ini menjadi media pembelajaran praktik kerja pengabdian masyarakat yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan nyata di dunia usaha.

3.2 Saran

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan tindak lanjut:

A. Bagi UMKM Kue Kacang Bisundy

1. Logo yang telah dibuat sebaiknya digunakan secara konsisten pada berbagai media social, seperti kemasan produk, spanduk, kartu nama, hingga media social agar branding usaha semakin kuat.
2. Pemilik usaha dapat mulai mengembangkan strategi pemasaran digital sederhana dengan memanfaatkan logo sebagai identitas visual di platform online (Instagram, WhatsApp Business, dll).

3. Kegiatan pengabdian masyarakat ke depan dapat menambahkan aspek pendampingan, misalnya pembuatan konten promosi sederhana atau desain kemasan produk berbasis logo yang sudah ada.

3.3 Rekomendasi

Selain saran, diperlukan pula rekomendasi yang bersifat teknis dan strategis agar keberadaan logo UMKM Kue Kacang Bisundy dapat memberikan dampak lebih luas, berkelanjutan, dan bermanfaat dalam jangka panjang. Berikut beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan acuan:

A. Pengembangan Identitas Visual Lanjutan

Logo yang telah dibuat sebaiknya dikembangkan lebih lanjut dalam bentuk desain turunan, seperti label kemasan, banner promosi, katalog produk, dan desain untuk media sosial. Pengembangan ini dapat memperkuat branding dan meningkatkan daya tarik produk di pasar.

B. Pemanfaatan Media Digital

UMKM disarankan untuk aktif memanfaatkan media digital seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp Business sebagai sarana pemasaran. Logo dapat digunakan sebagai profil, watermark, atau identitas visual utama sehingga produk Kue Kacang Bisundy lebih dikenal secara luas.

C. Kolaborasi dengan Mahasiswa/Pelaku Desain

UMKM dapat menjalin kerjasama dengan mahasiswa atau komunitas desain grafis untuk mendapatkan pendampingan berkelanjutan, baik dalam penyempurnaan desain maupun dalam strategi pemasaran berbasis visual. Hal ini akan mendorong terciptanya inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan pasar.

D. Peningkatan Literasi Branding untuk UMKM

Pemilik UMKM diharapkan mengikuti pelatihan sederhana terkait pentingnya branding, packaging, dan promosi visual. Dengan demikian, logo tidak hanya

menjadi simbol, tetapi juga alat strategis dalam meningkatkan nilai jual produk.