

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Kegiatan praktek kerja pengabdian masyarakat melalui redesain logo dan pengembangan branding pada UMKM Kopi Pilah Desa Pematang telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan identitas visual dan citra merek. Proses redesain logo dilakukan dengan mempertimbangkan nilai-nilai lokal, karakteristik kopi robusta khas Desa Pematang, serta prinsip desain modern yang sederhana namun tetap komunikatif. Logo baru berhasil merepresentasikan identitas kopi sebagai produk lokal dengan kualitas unggul yang berakar dari kekayaan alam setempat.

Selain logo, pengembangan branding juga memberikan arah yang lebih jelas bagi UMKM dalam membangun citra produk. Branding yang diterapkan tidak hanya terbatas pada visual, tetapi juga menyentuh aspek komunikasi, strategi pemasaran, serta konsistensi desain pada berbagai media, seperti kemasan produk, label, dan feed media sosial. Hasil akhir dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan profesionalitas tampilan produk, yang diharapkan mampu meningkatkan daya tarik konsumen, memperluas pasar, serta memperkuat posisi Kopi Pilah dalam persaingan bisnis kopi lokal maupun regional.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini telah memberikan manfaat nyata berupa edukasi desain, peningkatan keterampilan pengelolaan identitas merek, serta membuka wawasan bagi pelaku UMKM mengenai pentingnya visual branding dalam perkembangan usaha di era digital.

#### **3.2 Saran**

**Konsistensi Penggunaan Logo**

UMKM Kopi Pilah perlu menjaga konsistensi penggunaan logo baru dalam setiap media promosi, kemasan, hingga dokumentasi digital. Konsistensi ini penting agar identitas visual mudah dikenali dan memberikan kesan profesional di mata konsumen.

**Penguatan Branding Digital**

Mengingat perkembangan teknologi dan tren pemasaran online, UMKM

disarankan untuk lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana branding. Konten kreatif seperti foto produk, video edukasi tentang kopi robusta, serta storytelling mengenai asal-usul Kopi Pilah dapat meningkatkan engagement dan loyalitas konsumen.

#### Pengembangan Desain Produk Turunan

Selain pada logo dan label, branding dapat diperluas ke berbagai produk turunan, seperti merchandise (cangkir, tas kain, stiker) yang menggunakan logo baru. Hal ini dapat menjadi strategi promosi sekaligus memperkuat identitas Kopi Pilah.

#### Meningkatkan Kualitas Kemasan

Desain visual yang sudah menarik sebaiknya diimbangi dengan kualitas fisik kemasan yang lebih baik, misalnya penggunaan material ramah lingkungan, ziplock, atau kemasan kedap udara, sehingga mendukung citra premium dari produk kopi.

#### Pelatihan Berkelanjutan

Disarankan adanya pelatihan lanjutan dalam bidang pemasaran digital, fotografi produk, dan manajemen branding agar UMKM dapat mandiri dalam mengembangkan dan mempertahankan identitas visual yang telah dibangun.

#### Ekspansi Pasar

Dengan branding yang lebih kuat, UMKM Kopi Pilah dapat mulai menjajaki kerjasama dengan kafe, restoran, maupun marketplace online untuk memperluas jangkauan pasar. Identitas visual yang profesional akan menjadi modal penting dalam negosiasi dengan mitra bisnis baru.

### **3.3 Rekomendasi**

#### **1. Penguatan Identitas Produk Lokal**

UMKM sebaiknya terus menonjolkan kekhasan kopi robusta Desa Pematang sebagai nilai jual utama. Cerita tentang asal-usul kopi, proses panen, hingga keunggulan cita rasa perlu dikemas dalam bentuk storytelling di label, media sosial, maupun promosi offline. Hal ini dapat membedakan Kopi Pilah dari produk kopi lain dan menambah nilai emosional bagi konsumen.

#### **2. Diversifikasi Produk**

Selain menjual biji kopi sangrai dan bubuk kopi, UMKM dapat mengembangkan varian produk turunan seperti kopi kemasan ready to drink (RTD), kopi drip bag,

atau olahan makanan berbahan dasar kopi. Diversifikasi ini dapat memperluas segmen pasar dan meningkatkan potensi keuntungan.

### 3. Kolaborasi dengan Pelaku Usaha Lain

Rekomendasi lain adalah menjalin kerjasama dengan kafe, restoran lokal, hingga hotel atau penginapan di sekitar Lampung. Hal ini bisa menjadi jalur distribusi yang lebih luas sekaligus memperkenalkan Kopi Pilah sebagai oleh-oleh khas daerah.

### 4. Penguatan Branding Digital dan E-commerce

UMKM perlu membangun toko online resmi melalui marketplace seperti Shopee, Tokopedia, atau bahkan website brand sendiri. Dengan didukung visual branding yang konsisten, Kopi Pilah akan lebih mudah diakses oleh konsumen dari berbagai daerah.

### 5. Sertifikasi dan Standarisasi Produk

Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, UMKM disarankan mengurus sertifikasi seperti PIRT, halal, dan label kualitas lainnya. Selain memberi jaminan keamanan produk, sertifikasi juga mempermudah Kopi Pilah masuk ke pasar modern dan retail besar.

### 6. Pengembangan Komunitas dan Edukasi Kopi

UMKM dapat mengadakan kegiatan kecil seperti coffee tasting, workshop seduh kopi, atau tur edukasi ke kebun kopi. Selain sebagai media promosi, kegiatan ini dapat menciptakan komunitas pecinta Kopi Pilah yang loyal dan turut mempromosikan produk secara organik.

### 7. Strategi Promosi Kreatif

Memanfaatkan tren konten digital seperti short video (TikTok, Reels Instagram) dengan tema gaya hidup ngopi, tips menyeduh kopi, atau kisah petani kopi. Konten seperti ini akan membuat Kopi Pilah lebih relevan dan dekat dengan generasi muda.