

### III. PENUTUP

#### 3.1 Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa branding yang meliputi logo dan katalog produk memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan UMKM. Sebagai mahasiswa KKNT MBKM Kelompok 77, kami turut berperan membantu pemilik UMKM dalam memahami pentingnya logo dan katalog produk. Dalam keterlibatan kami, kami memberikan kontribusi dengan membantu UMKM menciptakan logo sesuai dengan permintaan dan minat mereka, bahkan dengan melakukan proses pembuatan logo secara langsung di tempat usaha mereka.

Branding, khususnya melalui logo dan katalog produk, menjadi faktor yang menentukan citra dan identitas UMKM di mata konsumen. Logo yang baik dan katalog produk yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan kepercayaan pelanggan terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Selain itu, pemahaman tentang pemasaran digital juga penting, karena dapat membantu UMKM dalam memanfaatkan teknologi dan platform online untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efektivitas promosi.

Sebagai mahasiswa KKNT MBKM Kelompok 77, kami merasa penting untuk memberikan bantuan kepada pemilik UMKM dalam hal branding dan pemasaran. Dalam prosesnya, kami berusaha menjelaskan secara komprehensif mengenai pentingnya logo dan katalog produk, serta memberikan panduan praktis dalam membuat logo yang

sesuai dengan keinginan dan minat mereka. Melalui kehadiran langsung di tempat usaha UMKM, kami dapat memberikan pendampingan dan bimbingan yang lebih intensif, sehingga memastikan logo yang dihasilkan mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang diinginkan oleh UMKM tersebut.

Dengan demikian, partisipasi kami sebagai mahasiswa KKNT MBKM Kelompok 77 dalam membantu UMKM dalam aspek branding dan pemasaran digital memiliki kontribusi yang signifikan. Diharapkan, melalui kolaborasi ini, UMKM dapat memperkuat citra dan kehadiran mereka di pasar, meningkatkan daya saing, serta meraih kesuksesan yang lebih baik dalam dunia bisnis.

### **3.2 Saran**

Dalam pendampingan atau kegiatan KKN yang telah kami lakukan, masih tersisa beberapa UMKM dan aspek *branding* lain yang masih belum kami kembangkan. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya waktu sehingga diharapkan bagi mahasiswa KKN selanjutnya yang berada di Menur Pumpungan untuk mengembangkan lebih lanjut para UMKM, terutama dalam bidang *branding* dan *marketing*.