

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam pelaksanaan kegiatan MBKM skema penelitian sebagai anggota riset keilmuan, penulis diberi tugas untuk menganalisis pengaruh *branding* bagi UMKM pada era covid-19 selama 6 bulan, mulai dari bulan Januari hingga Juli. Dalam melakukan kegiatan MBKM selama 6 bulan di Universitas Ma Chung, penulis belajar untuk berkomunikasi dan menganalisis secara teori mengenai bagaimana *branding* dapat berpengaruh terhadap kinerja pemasaran UMKM.

Selanjutnya, dengan mengikuti program MBKM ini, penulis belajar mencermati kekuatan dan kelemahan UMKM. Dimana kekuatan UMKM adalah mampu menyerap tenaga kerja dan bertahan dari keterpurukan ekonomi, pemilik usaha bebas bertindak dalam mengambil keputusan, pemilik usaha turun tangan langsung dalam menjalankan bisnisnya, usaha yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Sedangkan kelemahannya adalah jumlah modal yang terbatas menjadi faktor penghambat pemilik usaha mengembangkan bisnisnya adalah gaji yang ditawarkan kecil sehingga kurang diminati pencari kerja, dalam menjual produknya tidak konsisten dan bisa berganti-ganti, sehingga lemah dalam spesialisasi yang dapat ditunjukkan kepada target konsumen.

Berdasarkan atas kelemahan dan kelebihan UMKM seperti yang telah disebutkan diatas, maka langkah-langkah dalam pendampingan UMKM adalah dengan memetakan masalah dan kendala yang dialami oleh masing-masing UMKM. Dengan memetakan UMKM yang ada maka langkah selanjutnya adalah melalui sosialisasi terhadap regulasi yang ada untuk mendapatkan legalitas. Agar usaha lebih berkembang harus memiliki dan memproduksi produk secara kontinuitas dengan didukung pemasaran yang baik.

Berdasarkan model yang dibuat di atas, beberapa solusi yang dapat ditawarkan *branding* untuk meningkatkan kinerja pemasaran adalah dengan melakukan legalitas untuk UMKM yang sudah memenuhi syarat. Hal ini harus dilakukan dengan latar belakang bahwa *branding* produk dan usaha produk UMKM seringkali kalah saing dengan produk perusahaan dalam pasar yang sangat kompetitif. Padahal secara kualitas dan nilai produk, UMKM tidak jauh berbeda

atau bahkan lebih baik daripada produk perusahaan. Hal ini bisa terjadi akibat dari *branding* perusahaan yang bagus dan UKM hingga saat ini masih banyak yang belum memahami pentingnya *branding* untuk produk yang mereka jual.

Dalam pendekatan kapasitas *branding*, bantuan dapat dibagi dalam beberapa skema, yaitu:

- a. Pendampingan legalitas usaha sebagai langkah awal, UKM harus didampingi agar memiliki legalitas awal yang akan memberikan jalan untuk perijinan selanjutnya, minimal adalah Surat Keterangan Usaha (SKU), pengurusan P-IRT (untuk produk hasil olahan), dan juga sertifikasi halal. Mengurus legalitas bisa membuat badan usaha lebih kredibel (lebih mudah dipercaya oleh berbagai pihak)
- b. Pendampingan peningkatan kualitas produk. Selanjutnya adalah peningkatan kualitas produk, yaitu dengan mendapatkan bahan baku yang tepat dalam segi harga, jumlah, dan kualitas. Menciptakan produk yang memiliki kekhasan.
- c. Bagi komponen hexa helix akademisi dan pemerintah juga dapat membantu memfasilitasi UMKM untuk mempelajari beberapa *software* desain yang dapat digunakan sebagai pembuatan sarana promosi yang memadai namun mudah untuk diaplikasikan. Begitu pula dengan beberapa program yang dapat membantu meningkatkan kualitas *brand identity* produk UMKM agar dapat bersaing dengan produk pabrik.

5.2 Saran

Setelah mengikuti kegiatan program MBKM skema penelitian, penulis memiliki beberapa saran yang membangun dan diharapkan dapat bermanfaat untuk pihak-pihak terkait agar dapat menjadi lebih baik untuk kedepannya. Berikut adalah saran dari penulis:

5.2.1 Bagi Mahasiswa

- a) Bagi mahasiswa yang ingin mengikuti program MBKM, sebaiknya sudah memiliki pengetahuan dasar sesuai dengan bidang yang dikuasai saat melakukan program MBKM
- b) Mahasiswa diharapkan sudah memiliki target ingin masuk ke perusahaan yang sesuai bidangnya, agar mahasiswa tidak hanya masuk pada perusahaan yang sedapatnya.

- c) Mahasiswa diharapkan memiliki rasa tanggung jawab, disiplin dan tepat waktu atas proyek dan tugas yang diberikan agar dapat menyelesaikannya dengan cepat dan tepat arahan yang sudah diberikan agar proses pengerjaan dapat berjalan dengan cepat serta sesuai dengan standar yang diharapkan.

5.2.2 Bagi Universitas

- a) Bagi universitas diharapkan dapat menyediakan kebutuhan yang diperlukan oleh mahasiswanya sebelum melaksanakan kegiatan MBKM, dengan menyiapkan diri mahasiswa/i agar memiliki kemampuan/*skill* yang baik berdasarkan peminatan mahasiswa/i.
- b) Bagi universitas diharapkan dapat membantu mengarahkan mahasiswa dalam mencari perusahaan-perusahaan yang sesuai dengan peminatan yang dituju.

5.2.3 Bagi Program MBKM

- a) Bagi tim periset selanjutnya, diharapkan dapat memberikan bantuan dan bimbingan bagi UMKM terkait peran masing-masing yang telah dijelaskan pada model yang telah dibuat
- b) Sebagai riset berkelanjutan, diharapkan hasil riset dapat berguna sebagai acuan dan patokan bagi pengembangan UMKM di riset selanjutnya
- c) Bagi tim periset selanjutnya, diharapkan dapat mengimplementasikan model yang telah dibuat dengan harapan dapat memperkuat kapasitas UMKM sehingga dapat meningkatkan kinerja pemasarannya