

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Meningkatkan pemasaran produk UMKM Khazanah Food Metro melalui pencarian mitra kerja sama untuk perluasan pasar dan saluran distribusi kerjasama dengan 2 mitra yaitu Pusat Oleh-Oleh Lampung Damarian dan Banana Foster yang telah disetujui pertanggal 09 agustus 2024 namun saat pelaksanaan PKPM dilakukan Khazanah Food Metro belum mengekseskusi dan mengimplementasikan kerja sama tersebut, dan belum berdampak pada tingkat penjualan.

Kemitraan dengan mitra strategis seperti Pusat Oleh-Oleh Lampung Damarian dan Banana Foster Lampung memungkinkan Khazanah Food Metro untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan berbagai segmen pasar yang sebelumnya sulit dijangkau. Kerja sama ini berpotensi meningkatkan volume penjualan serta memperkenalkan brand Khazanah Food Metro ke pasar yang lebih besar. Promosi bersama dan penempatan produk di lokasi strategis dapat memperkuat kesadaran merek di kalangan konsumen.

Mitra kerja sama sering menyediakan dukungan tambahan seperti pelatihan, pemasaran, dan pengembangan produk yang meningkatkan kualitas dan daya saing produk Khazanah Food Metro. Dengan menjalin kemitraan, Khazanah Food Metro dapat memanfaatkan berbagai saluran distribusi, termasuk toko-toko oleh-oleh, supermarket, dan platform e-commerce, sehingga produk dapat diakses oleh lebih banyak konsumen.

Secara keseluruhan, kegiatan PKPM ini telah berkontribusi secara signifikan terhadap pengembangan dan ekspansi UMKM Khazanah Food Metro, membantu mereka untuk tumbuh dan berkompetisi lebih baik di pasar.

3.2 Saran

Adapun saran atau masukan yang dapat penulis berikan adalah sebagai berikut:

3.2.1 Bagi Penulis

- a. Penulis harus selalu menjaga nama baik universitas dan kelurahan tempat pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM)
- b. Tetapkan dengan jelas tujuan dan sasaran laporan. Pastikan semua bagian laporan, termasuk latar belakang, analisis, dan rekomendasi, selaras dengan tujuan utama dari kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).
- c. Lakukan analisis yang mendalam tentang hasil pencarian mitra dan strategi pemasaran. Identifikasi tren, kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara komprehensif.

3.2.2 Bagi Pemilik Usaha UMKM Khazanah Food Metro

- a. Jangan ragu ragu dalam menambah mitra di luar daerah , karna hal tersebut dapat Manfaatkan berpotensi meningkatkan volume penjualan serta memperkenalkan brand Khazanah Food Metro ke pasar yang lebih besar.
- b. berbagai saluran pemasaran termasuk media sosial, e-commerce, dan pemasaran offline seperti event dan promosi lokal. Pertimbangkan juga untuk bekerja sama dengan platform marketplace online.
- c. Identifikasi mitra kerja sama yang memiliki kesesuaian dengan produk Anda dan dapat memberikan akses ke pasar baru. Ini bisa termasuk toko oleh-oleh, dan distributor.
- d. Ikuti event dan pameran lokal atau nasional untuk mempromosikan produk. Ini dapat membantu dalam mendapatkan exposure dan berhubungan langsung dengan konsumen serta mitra potensial.

3.2.3 Bagi Perangkat Kelurahan Margorejo

- a. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM dalam hal pemasaran, manajemen Keuangan dan penggunaan teknologi. Ini bisa dilakukan melalui workshop atau seminar.
- b. Lakukan pemantauan secara berkala terhadap implementasi rekomendasi dan dukung UMKM dalam mengatasi tantangan yang mungkin muncul. Berikan bantuan tambahan jika diperlukan.

- c. Dapat meningkatkan organisasi karang taruna yang ada di desa khususnya di kelurahan Margorejo agar dapat berorganisasi dengan lebih baik.

3.3 Rekomendasi

3.3.1 Bagi UMKM Khazanah Food Metro

- a. Aktifkan akun media sosial untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan pelanggan, untuk meningkatkan visibilitas produk dan menjangkau audiens yang lebih luas.
- b. Cari mitra bisnis di toko-toko lokal atau pasar untuk memasarkan produk, untuk memperluas saluran distribusi dan meningkatkan penjualan.

3.3.2 Bagi Kelurahan Margorejo

Dorong kolaborasi antara UMKM dalam bentuk bundling produk atau proyek bersama untuk meningkatkan daya tarik pasar, untuk meningkatkan sinergi antar pengusaha lokal dan memanfaatkan kekuatan kolektif untuk promosi dan distribusi. Dengan melaksanakan rekomendasi ini, Kelurahan Margorejo dapat memberikan dukungan yang signifikan kepada UMKM dalam meningkatkan pemasaran dan memperluas pasar mereka. Upaya ini akan membantu pengusaha lokal untuk berkembang dan berkontribusi pada ekonomi lokal.