

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Kegiatan PKPM ini bertujuan untuk memberikan solusi bagi UMKM Kemplang Cap Siger, terutama dalam pembuatan media promosi dan identitas visual yang efektif. Penerapan media sosial dan strategi digital diharapkan dapat meningkatkan visibilitas produk, menarik pelanggan baru, dan mendongkrak penjualan. Selain itu, kegiatan ini juga memperlihatkan potensi desa Mulyosari dalam sektor pertanian dan pariwisata, serta menggarisbawahi pentingnya kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan institusi pendidikan dalam mendorong perkembangan ekonomi lokal.

3.2 Saran

Setelah melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat(PKPM) Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya periode 1 tahun 2024 yang dilaksanakan dari tanggal 30 Juli 2024 sampai dengan 29 Agustus 2024 selanjutnya dapat memberikan saran yang dapat memberikan informasi demi kebaikan UMKM Kemplang Siger Kelurahan Mulyosari, Kecamatan Metro barat, Kota Metro ialah.

1. Kepada perangkat Kelurahan Mulyosari diharapkan agar mampu mempertahankan kekompakan antar perangkat desa lainnya maupun masyarakat dari kini hingga nanti kedepannya.

2. Kepada Pemilik UMKM berharap dapat merekrut maupun melakukan penambahan pegawai atau karyawan untuk fokus terhadap pengelolaan media sosial dalam mempromosikan produk dan pengelolaan proses produksi kerupuk kemplang sehingga pemilik memiliki waktu yang banyak melakukan kegiatan lainnya.

3. Kepada pemilik UMKM dapat melakukan memperkenalkan produknya secara terus-menerus kedepannya, baik secara *offline* maupun *online* demi kemajuan usaha yang dimiliki dan banyak yang mengenali produk ini.

3.3 Rekomendasi

Rekomendasi yang diberikan kepada UMKM Kemplang ialah sebagai berikut:

1. Kepada Pemilik UMKM dapat mengikuti pelatihan tentang promosi maupun pemasaran produk dengan melalui penggunaan media sosial yang bertujuan agar memiliki keterampilan dan dapat mengelola secara baik.
2. Kepada Pemilik UMKM Kemplang sangat diperlukan dalam penambahan Karyawan atau Pegawai yang memiliki keahlian maupun pengalaman dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk yang bertujuan demi suatu target pencapaian penjualan memiliki kemajuan dan meningkat sesuai yang diharapkan.