

BAB III PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi memberikan peluang besar bagi UMKM, termasuk untuk produk tradisional seperti Klanting Getuk Gepeng. Media sosial memungkinkan akses yang lebih luas, interaksi langsung dengan konsumen, serta penyebaran informasi yang cepat dan efisien. Dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan promosi tradisional, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, membangun kesadaran merek, serta meningkatkan penjualan.

Melalui konten yang menarik dan relevan, UMKM dapat memanfaatkan visualisasi produk untuk menarik perhatian konsumen. Fitur interaktif dan kemampuan analitik di media sosial juga membantu UMKM memahami kebutuhan pelanggan dan mengukur keberhasilan kampanye promosi. Dengan demikian, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dan efisien dalam mendukung pertumbuhan bisnis, memperkuat hubungan dengan pelanggan, serta memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

3.2 Saran

Adapun saran-saran atau masukan yang dapat saya berikan adalah sebagai berikut:

3.2.1 Untuk Masyarakat Desa Wiyono

1. Mencari dan menggali apa saja potensi-potensi yang ada di dalam desa, untuk dijadikan UMKM sehingga secara tidak langsung membuat lapangan pekerjaan baru dan mengurangi angka pengangguran yang ada.
2. Dalam memajukan usaha, masyarakat harus berani mengambil risiko dalam menghadapi berbagai kendala yang terjadi di dalam pelaksanaan usaha, serta

mampu menjalin komunikasi kepada seluruh pihak-pihak lain dalam pengembangan usaha.

3. Selalu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam bidang ilmu pengetahuan teknologi, bisnis, dan dalam kegiatan organisasi desa yang dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan karakter masyarakat yang cekatan, cerdas dan berakhlak mulia.

3.2.2 Untuk Aparatur Desa

Sebagai sarana pengolahan informasi dan pelayanan administratif kepada masyarakat desa, terus tingkatkan kemampuan dan profesionalisme yang berimbang dengan kemajuan teknologi dan informasi sehingga lebih maksimal dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat Desa Wiyono.

3.2.3 Untuk Institusi

1. Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini sebaiknya diadakan kembali pada periode mendatang, karena kegiatan ini memberikan nilai positif bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi dalam diri, sehingga terciptanya empati dalam diri mahasiswa melalui program interaksi dan sosialisasi terhadap masyarakat setempat.
2. Kedepannya dalam melaksanakan kegiatan PKPM panitia pelaksana dan pihak-pihak yang terkait lebih mempersiapkan dengan matang lagi terutama dalam menjalin koordinasi dengan lapangan Desa lokasi pelaksanaan PKPM.

3.3 Rekomendasi

1. Di rekomendasikan untuk UMKM dapat memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi melalui Instagram, Tiktok, Facebook dan Whatsaap dalam memasarkan produk.
2. Dapat membantu membuka lowongan pekerjaan kepada masyarakat sekitar, serta dapat membimbing masyarakat sekitar dalam menggunakan media sosial sebagai sarana promosi ketika berbisnis.