

BAB III PENUTUPAN

3.1 Kesimpulan

Program PKPM yang dilakukan di Desa Pejambon berhasil memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing produk UMKM melalui perancangan desain kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Peningkatan penjualan Kripik Mak Inah menunjukkan efektivitas desain kemasan dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk. Program ini juga meningkatkan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya identitas visual dalam pemasaran, serta mendorong mereka untuk memanfaatkan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran.

3.2 Saran

1. Peningkatan Kontinuitas Pembinaan: Pelaku UMKM di Desa Pejambon perlu terus mendapatkan pendampingan dan pelatihan berkala dalam mengembangkan desain kemasan dan strategi pemasaran digital.
2. Penguatan Kolaborasi: Kerjasama antara pemerintah desa, pelaku UMKM, dan institusi pendidikan seperti IIB Darmajaya perlu ditingkatkan untuk memastikan kesinambungan dan keberlanjutan program pengembangan UMKM.
3. Diversifikasi Produk: Selain peningkatan kualitas kemasan, UMKM juga disarankan untuk terus berinovasi dalam diversifikasi produk agar dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas.

3.3 Rekomendasi

1. Pemanfaatan Media Sosial dan E-commerce: UMKM perlu lebih aktif dalam memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan e-commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka di luar pasar lokal.
2. Pengembangan Program Serupa di Desa Lain: Program PKPM yang berhasil di Desa Pejambon dapat dijadikan model untuk diimplementasikan di desa lain dengan potensi UMKM yang serupa.