

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Promosi UMKM Desa Kripik Rumah Kriuk melalui marketplace terbukti sebagai strategi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing produk lokal. Dengan pemanfaatan teknologi digital, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, serta memperkuat ekonomi masyarakat desa.

3.2 Saran

Setelah melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) tahun 2025 ini, penulis ingin memberikan masukan dan saran yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi demi kebaikan masyarakat di Desa Banjaran, yaitu :

1. Untuk Desa Banjaran

Pastikan akun marketplace selalu diperbarui dengan informasi terbaru tentang produk UMKM

2. Untuk Masyarakat Desa

Pelaku UMKM harus aktif memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produknya

3. Untuk Institusi

Diharapkan Institusi terus melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat agar terciptanya mahasiswa yang aktif berpartisipasi dalam lingkungan Masyarakat

3.3 Rekomendasi

Pembuatan konten menarik dan artikel tentang proses produksi, keunggulan produk serta kisah inspiratif UMKM. Lakukan pemantauan rutin terhadap akun marketplace dalam mendukung UMKM serta menyesuaikan strategi promosi sesuai tren pasa