

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Pelatihan dan penerapan sosial media pada UMKM Es Tung- Tung Ibu Sri Yani di Desa Kelaten merupakan langkah yang sangat tepat untuk memperkuat kehadiran dan meningkatkan daya saing bisnis ini di era digital. Melalui pelatihan ini, Ibu Sri Yani memperoleh pengetahuan dan keterampilan penting untuk memanfaatkan platform sosial media sebagai alat pemasaran yang efektif. Dengan sosial media seperti Instagram dan Facebook, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka, tidak hanya di sekitar lingkungan lokal tetapi juga hingga tingkat regional dan nasional. Pemanfaatan sosial media juga membuka peluang bagi UMKM untuk mempromosikan produk dengan biaya yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional. Konten yang menarik dan interaktif di sosial media dapat membantu UMKM membangun hubungan lebih dekat dengan konsumen, menciptakan loyalitas, dan meningkatkan penjualan. Khususnya untuk UMKM Es Tung-Tung Ibu Sri Yani, sosial media bisa menjadi media untuk menampilkan proses pembuatan Es Tung-Tung Ojo Lali yang dilakukan secara tradisional, yang dapat menarik konsumen yang mencari produk otentik dan berkualitas tinggi.

3.2 Saran

Dalam setiap pelaksanaan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengabdian masyarakat, tetapi juga sebagai agen perubahan yang dapat memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat. Melalui berbagai kegiatan yang dilakukan, mahasiswa diharapkan mampu mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat dan memberikan solusi yang relevan. Sebagai bagian dari laporan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat ini, saran-saran yang disampaikan bertujuan untuk memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi masyarakat dan pihak terkait, agar program-program yang telah dilaksanakan dapat berkelanjutan dan memberikan manfaat.

3.2.1 Saran Untuk UMKM

Pemilik UMKM “Es Tung-Tung Ojo Lali” diharapkan dapat terus memanfaatkan Akun Media Sosial Instagram yang telah dimiliki untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Selain itu, pemilik usaha perlu mengoptimalkan penggunaan media sosial dan platform lainnya agar jangkauan pemasaran lebih luas. Pemilik usaha juga disarankan untuk terus berinovasi dalam variasi produk dan kemasan, sehingga dapat mempertahankan minat konsumen dan menarik pelanggan baru.

3.2.2 Saran Untuk Masyarakat Desa Kelaten

Masyarakat diharapkan lebih sadar pentingnya legalitas usaha dan manfaatnya dalam jangka panjang. Masyarakat juga diharapkan aktif mengikuti sosialisasi, pelatihan, atau program pemberdayaan yang diadakan pemerintah maupun pihak lain untuk meningkatkan keterampilan dan daya saing usaha.

3.2.3 Saran Untuk Mahasiswa/i PKPM selanjutnya

Disarankan untuk melakukan persiapan lebih awal terkait program yang akan dilaksanakan, termasuk koordinasi dengan pihak desa dan pelaku usaha. Hal ini akan mempermudah pelaksanaan program dan memaksimalkan hasil yang dicapai.

3.2.4 Saran Untuk Pemerintah Desa dan instansi terkait

Perlu terus mendukung pelaku usaha lokal dalam mengurus perizinan dan menyediakan fasilitas pelatihan yang relevan, agar UMKM di Desa Kelaten dapat berkembang secara berkelanjutan dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian desa.

3.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil kegiatan Pendampingan Pembuatan Media Sosial sebagai Peningkatan Penjualan pada UMKM Es Tung-Tung Ojo Lali di Desa Kelaten, Penengahan, Lampung Selatan, berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan usaha dan kegiatan lanjutan:

1. Pelaku UMKM, khususnya pemilik Es Tung-Tung Ojo Lali, disarankan untuk rutin mengikuti pelatihan terkait penggunaan media sosial (seperti Instagram), strategi pemasaran digital, dan manajemen konten agar dapat memaksimalkan potensi promosi secara *online*.
2. Diperlukan adanya program pendampingan lanjutan dari pemerintah desa atau instansi terkait untuk membantu pelaku usaha dalam mengelola akun bisnis di media sosial, mulai dari pembuatan konten, jadwal unggahan, hingga interaksi dengan konsumen.
3. Pemilik Es Tung-Tung Ojo Lali disarankan untuk aktif menggunakan akun Instagram sebagai sarana promosi rutin, seperti memposting foto produk, testimoni pelanggan, proses pembuatan es, serta memanfaatkan fitur Instagram Stories, Reels, dan Live untuk meningkatkan keterlibatan konsumen.
4. UMKM di Desa Kelaten dapat membentuk komunitas promosi bersama di media sosial, saling membagikan konten, merekomendasikan produk satu sama lain, dan bekerja sama dalam kampanye *online*, sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas dan efisien.
5. Pemerintah desa diharapkan menyediakan sarana penunjang seperti pelatihan digital marketing, akses internet yang stabil, serta ruang kreatif atau studio mini untuk pembuatan konten, agar UMKM dapat lebih mudah mengembangkan brand dan usahanya melalui media sosial