BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Pelaksanaan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Pauh Tanjung Iman, Kecamatan Kalianda, Lampung Selatan, khususnya pada BUMDes Cempaka Jaya, telah berjalan dengan baik sesuai rencana program kerja. Kegiatan yang difokuskan pada implementasi media sosial sebagai sarana optimalisasi pemasaran sektor perikanan air tawar berhasil memberikan dampak positif bagi BUMDes. Melalui pembuatan akun email resmi, pembuatan dan aktivasi akun media sosial (Instagram dan Facebook), serta pelatihan pengelolaan media sosial, BUMDes kini memiliki identitas digital yang kredibel, sistem komunikasi yang lebih profesional, dan sarana promosi yang efektif. Hasil kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas sumber daya manusia BUMDes dalam bidang pemasaran digital, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih luas hingga ke tingkat regional dan nasional. Secara keseluruhan, program PKPM ini telah memberikan kontribusi nyata dalam mendukung pengembangan ekonomi desa melalui pemanfaatan teknologi digital.

3.2 Saran

1. Bagi BUMDes Cempaka Jaya, diharapkan dapat mengelola dan mengembangkan akun media sosial yang telah dibuat secara konsisten, baik melalui unggahan konten berkualitas, interaksi aktif dengan audiens, maupun penggunaan strategi promosi digital yang tepat sasaran.
2. Bagi Pemerintah Desa Pauh Tanjung Iman, disarankan untuk terus memberikan dukungan dan pendampingan terhadap program digitalisasi desa, sehingga pemanfaatan teknologi dapat berjalan berkelanjutan dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat.
3. Bagi pengurus BUMDes Cempaka Jaya, penting untuk mengikuti pelatihan lanjutan terkait digital marketing, desain konten, dan manajemen usaha agar kemampuan promosi dan pengelolaan usaha semakin meningkat.

4. Bagi mahasiswa pelaksana PKPM selanjutnya, diharapkan dapat melanjutkan dan mengembangkan program yang sudah ada, sekaligus menambahkan inovasi baru yang relevan dengan kebutuhan masyarakat desa.

3.3 Rekomendasi

Rekomendasi ke depan, BUMDes Cempaka Jaya diharapkan dapat mengembangkan strategi branding digital secara lebih terstruktur melalui pemanfaatan fitur iklan berbayar di media sosial, serta kolaborasi dengan komunitas atau influencer lokal untuk memperluas jangkauan pasar. Pemerintah desa juga perlu memberikan dukungan berkelanjutan melalui pendampingan digitalisasi usaha agar pengurus BUMDes tidak hanya mampu mengelola akun media sosial, tetapi juga dapat mengintegrasikannya dengan platform e-commerce yang relevan. Selain itu, program PKPM berikutnya sebaiknya tidak hanya berfokus pada pemasaran digital, tetapi juga mencakup pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha, dan inovasi produk agar sektor perikanan di Desa Pauh Tanjung Iman semakin berdaya saing dan mampu menjadi salah satu penggerak ekonomi desa secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmajaya. (2021/2022). *Buku Panduan Penyusunan dan Penulisan Laporan Praktik Kerja. Bandar Lampung: IIB Darmajaya.*
- Heri Prabowo, S. H. (2025). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Pemasaran Digital . Volume. 2, Nomor. 1 Tahun 2025 e-ISSN: 3032-1816, dan p-ISSN: 3032-2855, 21-26.*
- Adriana, I. L., & Widodo, T. (2019). Peran brand awareness dan brand image dalam memediasi pengaruh social media marketing activity terhadap e-WOM dan komitmen pelanggan Tokopedia. *eProceedings of Management, 6(2).*