

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan PKPM di Desa Canti, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, dapat disimpulkan bahwa program utama berupa penerapan branding dan personal selling pada UMKM Rumah Tapis Fahri memberikan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Melalui kegiatan ini, mahasiswa mendampingi UMKM dalam memperkuat citra produk melalui pembuatan tagline, pengenalan media sosial sebagai sarana promosi, serta pelatihan teknik personal selling agar pelaku usaha mampu menjual produknya secara langsung dengan lebih percaya diri dan meyakinkan. Selain program utama, kegiatan tambahan seperti Rumah Belajar, sosialisasi ke SD dan PAUD, Partisipasi dalam UMKM lain seperti Banana Chips Syiffa, serta keterlibatan dalam kepanitiaan peringatan Hari Ulang Tahun Kemerdekaan RI ke-78 di Desa Canti turut memberikan kontribusi nyata baik secara sosial, edukatif, maupun budaya.

Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan PKPM ini adalah sebagai berikut:

1. Penerapan branding melalui tagline dan promosi digital membantu produk tapis lebih dikenal dan memiliki nilai tambah.
2. Pelatihan personal selling meningkatkan kemampuan komunikasi pelaku UMKM dalam memperkenalkan dan menjual produknya kepada konsumen.
3. Media sosial seperti Instagram dan WhatsApp menjadi media promosi yang efektif untuk menjangkau konsumen lebih luas, bahkan di luar desa.
4. Kegiatan tambahan yang dilaksanakan memberikan manfaat edukatif, sosial, dan mendukung tumbuhnya kesadaran masyarakat akan potensi lokal yang dimiliki.

5. Keterlibatan mahasiswa dalam panitia peringatan HUT RI menjadi sarana pembelajaran manajemen acara, mempererat hubungan dengan masyarakat, dan menumbuhkan semangat nasionalisme di desa.

3.2 Saran

3.2.1 Bagi Masyarakat Desa Canti

1. Diharapkan masyarakat dapat melanjutkan dan mengembangkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, khususnya dalam bidang promosi produk lokal melalui media digital.
2. Masyarakat diharapkan terus menjaga dan melestarikan kerajinan tapis sebagai warisan budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

3.2.2 Bagi Mahasiswa PKPM Berikutnya

1. Penting untuk menjalin komunikasi yang baik dan membangun hubungan positif dengan masyarakat sejak awal kegiatan.
2. Melakukan observasi yang menyeluruh sebelum pelaksanaan program agar kegiatan lebih tepat sasaran dan memberikan dampak yang nyata.
3. Mahasiswa perlu memiliki kesiapan mental, fleksibilitas, dan kemampuan adaptasi dalam menghadapi dinamika kegiatan di lapangan.
4. Kolaborasi dengan UMKM dan aparat desa sangat penting untuk menciptakan program yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

3.2.3 Bagi UMKM Rumah Tapis Fahri

1. Diharapkan pelaku UMKM dapat terus mempertahankan dan memanfaatkan strategi branding serta promosi digital yang telah diterapkan.
2. Pelaku usaha dapat meningkatkan interaksi dan pelayanan kepada konsumen melalui media sosial dan komunikasi langsung.
3. Terus menjaga kualitas produk dan memperkuat daya tarik produk tapis melalui inovasi dan konsistensi promosi.

4. Menjadikan hasil kegiatan PKPM sebagai pijakan untuk terus berkembang secara mandiri dan profesional.

3.3 Rekomendasi

1. Kepada UMKM, disarankan agar terus mengembangkan wawasan dan keterampilan di bidang pemasaran, terutama digital marketing yang telah dikenalkan dalam kegiatan PKPM.
2. Kepada institusi kampus, diharapkan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan PKPM dalam durasi yang lebih panjang agar hasil yang dicapai lebih optimal dan berkelanjutan.
3. Kepada pemerintah desa dan pihak terkait, diharapkan dapat menyelenggarakan pelatihan lanjutan bagi pelaku UMKM seperti pemasaran digital, pengemasan produk, dan keterampilan komunikasi guna meningkatkan daya saing produk lokal Desa Canti.