

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Maja, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, dengan fokus utama adalah Transformasi Pemasaran Produk Ikan Asin melalui media sosial, telah memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM, khususnya UMKM Ikan Asin Melati 1 Kalianda.

Melalui pelatihan dan sosialisasi yang dilaksanakan, pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Mereka mulai memahami pentingnya identitas usaha, branding, dan strategi promosi digital untuk menjangkau konsumen yang lebih luas.

Penerapan media sosial seperti instagram, facebook, dan whatsapp business terbukti menjadi langkah awal yang efektif dalam mengenalkan produk ikan asin ke pasar yang lebih modern dan kompetitif. Kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran akan pentingnya digitalisasi usaha di era sekarang.

3.1.1 Untuk Masyarakat Desa Maja

- a. Lebih meningkatkan dan terus mengembangkan pemanfaatan media sosial dan teknologi digital dalam memasarkan produknya.

- b. Pertahankan rasa kepedulian, kekeluargaan dan terbuka untuk Mahasiswa PKPM maupun orang luar yang bertamu di Desa Maja sebagai rasa kekeluargaan dan mempererat talisilaturahmi.

3.1.2 Untuk Institusi

- a. Lebih terstruktur lagi untuk persyaratan dan ketentuan yang berlaku selama Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat(PKPM).
- b. Harus lebih terperinci dalam hal keuangan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).
- c. Dan lebih ditingkatkan lagi dalam hal pengawasan dan peraturan yang berlaku.

3.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil kegiatan PKPM di Desa Maja, Kecamatan Kalianda, Kabupaten Lampung Selatan, direkomendasikan agar pelaksanaan PKPM selanjutnya dilakukan di Desa sekitar yang memiliki potensi usaha tradisional namun belum optimal memanfaatkan teknologi digital, seperti Desa Kunjir, Desa Way Muli atau Desa di wilayah pesisir Kalianda.

Wilayah- wilayah tersebut memiliki potensi perikanan dan hasil olahan laut yang besar, namun sebagian besar pelaku usahanya masih menggunakan metode pemasaran konvensional. Dengan adanya program pendampingan dan pelatihan pemasaran digital, diharapkan UMKM di desa-