

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan yang kami lakukan di Desa Tanjung Heran, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, khususnya dalam mendampingi UMKM Keripik Pisang Jami Waras selama lebih dari satu bulan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. UMKM Keripik Pisang Jami Waras kini memiliki akun Instagram yang dikelola lebih profesional. Akun Instagram berhasil dirancang dengan identitas visual yang jelas, Hal ini menjadikan akun tersebut bukan sekadar media sosial biasa, tetapi berkembang menjadi etalase digital yang menampilkan citra produk secara lebih modern, rapi, dan terpercaya di mata konsumen.
2. Media sosial, khususnya Instagram, terbukti menjadi sarana promosi yang sangat efektif. Dengan pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti feed, reels, story, dan hashtag, UMKM Keripik Pisang Jami Waras mampu memperluas jangkauan pasar dari skala lokal ke tingkat yang lebih luas. Kesadaran pemilik terhadap potensi media sosial juga semakin meningkat, sehingga mereka dapat menggunakannya bukan hanya untuk promosi, tetapi juga untuk interaksi dengan konsumen dan membangun loyalitas pelanggan.
3. Kualitas produk semakin bernilai dengan dukungan branding digital. Produk yang sebelumnya hanya dipasarkan secara konvensional kini mendapatkan tambahan nilai melalui strategi branding dan promosi digital. Visual yang menarik, narasi yang menggugah selera, serta identitas merek yang konsisten membuat produk lebih unggul dibandingkan pesaing, sehingga peluang untuk memperluas pasar semakin terbuka.
4. Dengan adanya sentuhan digital marketing, UMKM Keripik Pisang Jami Waras tidak hanya mampu meningkatkan citra produk, tetapi juga lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan dengan produk sejenis. Perbedaan

dalam kualitas promosi menjadi kekuatan tambahan yang membantu UMKM mempertahankan dan memperluas pangsa pasar.

5. Pemanfaatan Instagram memberi akses yang lebih besar kepada calon konsumen di luar wilayah desa. Hal ini berpotensi meningkatkan volume penjualan, memperluas distribusi produk, dan dalam jangka panjang mampu mendukung pertumbuhan pendapatan UMKM secara signifikan.

6. Keberhasilan UMKM ini menjadi inspirasi bagi pelaku usaha lain di desa untuk mulai mencoba memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dengan begitu, dampak positif dari program ini tidak hanya dirasakan oleh Keripik Pisang Jami Waras, tetapi juga membuka peluang berkembangnya ekosistem UMKM berbasis digital di desa.

7. UMKM Keripik Pisang Jami Waras memiliki fondasi yang lebih kuat untuk berkembang. Dengan adanya strategi pemasaran digital yang terstruktur, UMKM kini memiliki bekal untuk terus meningkatkan penjualan, memperkuat merek, dan merencanakan pengembangan usaha ke depannya. Fondasi ini akan menjadi modal penting untuk keberlanjutan usaha dalam jangka panjang.

8. Kerja sama antara mahasiswa PKPM, aparat desa, dan UMKM terkait sangat membantu kelancaran proses perancangan sosial media. Ini menunjukkan bahwa adanya sinergi antara unsur pendidikan dan pemerintahan desa bisa mempercepat tumbuhnya UMKM yang legal, tangguh, dan mandiri.

9. Secara garis besarnya, perancangan sosial media usaha ini membawa dampak positif bagi pelaku UMKM di Desa Tanjung Heran. Tidak hanya menciptakan kesadaran akan pentingnya digitalisasi marketing, tetapi juga memperkuat fondasi usaha kecil agar lebih siap menghadapi tantangan persaingan ketat di pasar yang luas, serta mendukung pertumbuhan ekonomi desa berbasis potensi lokal.

3.2 Saran

Para pelaku UMKM di Desa Tanjung Heran disarankan untuk lebih serius memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama pemasaran produk. Akun

Instagram sebaiknya dikelola secara teratur dengan memperhatikan berbagai aspek unggahan agar menarik perhatian konsumen. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus belajar dan mengikuti pelatihan seputar digital marketing, baik dari instansi pemerintah, kampus, maupun komunitas wirausaha, sehingga mampu menggunakan berbagai fitur Instagram dengan lebih efektif. Dengan langkah ini, UMKM dapat memperluas jaringan jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta menjadikan produk mereka lebih kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

3.3 Rekomendasi

Direkomendasikan agar penggunaan Instagram yang sudah dimulai dapat terus dimaksimalkan secara rutin, misalnya dengan memperluas jangkauan pemasaran melalui interaksi aktif dengan konsumen, memanfaatkan fitur iklan, serta bekerja sama dengan influencer atau pihak yang relevan. Selain itu, penting bagi pelaku usaha untuk menjaga kualitas setiap konten yang dipublikasikan, baik dari segi tampilan visual maupun pesan yang disampaikan, sehingga mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra merek. Dengan pengelolaan akun yang konsisten dan strategi digital marketing yang kreatif, UMKM Keripik Pisang Jami Waras berpeluang semakin berkembang serta mampu bersaing di pasar yang terus berubah.