

BAB III PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) yang dilaksanakan di Desa Canti, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, difokuskan pada pendampingan UMKM Rumah Tapis Fahri dalam memperkuat identitas usaha melalui pembuatan desain logo dan packaging. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi produk kain tapis agar tampil lebih menarik, profesional, dan memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasaran.

Selain program utama, kegiatan PKPM juga meliputi program tambahan yang berfokus pada bidang sosial dan edukasi masyarakat. Program tersebut diwujudkan melalui penyelenggaraan rumah belajar untuk anak-anak desa, sosialisasi kepada siswa sekolah dasar mengenai pentingnya manajemen waktu dan kebiasaan menabung, serta pengenalan alat transportasi kepada anak-anak PAUD dengan cara yang edukatif dan menyenangkan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKPM ini memberikan kontribusi positif bagi UMKM dalam aspek identitas usaha, bagi masyarakat Desa Canti dalam bentuk kegiatan edukatif, serta bagi mahasiswa sebagai pengalaman penerapan ilmu dan pengabdian kepada masyarakat.

3.2 Saran

- a. Bagi pelaku UMKM Rumah Tapis Fahri, disarankan untuk terus mengoptimalkan pemanfaatan logo dan packaging yang sudah ada dalam kegiatan promosi. Logo digunakan secara konsisten sebagai identitas utama, sedangkan packaging dapat dikembangkan dalam variasi desain untuk menyesuaikan kebutuhan pasar tanpa menghilangkan ciri khas brand.
- b. Bagi Pemerintah Desa Canti, diharapkan dapat memberikan dukungan berupa pelatihan tentang pentingnya branding, kemasan produk, dan strategi pemasaran modern, sehingga UMKM lokal dapat meningkatkan daya saing.
- c. Bagi Mahasiswa PKPM selanjutnya, disarankan untuk melanjutkan program yang sudah ada dengan menambahkan inovasi pada desain dan strategi promosi visual, agar produk UMKM semakin dikenal oleh masyarakat luas.

3.3 Rekomendasi

- a. Pelaku UMKM sebaiknya menjaga konsistensi identitas visual terutama pada penggunaan logo sebagai elemen utama branding. Adapun inovasi packaging dapat dilakukan, namun tetap mengacu pada identitas visual agar citra merek tetap terjaga.
- b. Desain packaging dapat dijadikan sebagai strategi utama dalam promosi karena kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan nilai budaya lokal akan memberikan daya tarik tersendiri, baik bagi konsumen lokal maupun wisatawan.
- c. Untuk keberlanjutan, UMKM Rumah Tapis Fahri dapat mengembangkan variasi desain packaging sesuai kebutuhan segmen pasar (misalnya untuk oleh-oleh, kolektor, atau anak muda) sehingga produk dapat menjangkau pasar yang lebih luas.