

## **BAB III**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Pelaksanaan Program Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) 2025 oleh mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya di Desa Rajabasa, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan telah memberikan dampak positif bagi pemerintah desa, masyarakat, pelaku UMKM, dan mahasiswa. Program ini berhasil mencapai tujuan utama, yaitu mendukung promosi potensi lokal, memperluas jangkauan pemasaran melalui pemanfaatan *e-commerce*, serta meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menghadapi tantangan era digital.

Bagi pemerintah desa, kegiatan ini berperan sebagai sarana strategis untuk memperkuat daya saing wilayah, mempromosikan potensi lokal, dan mengintegrasikan teknologi digital ke dalam pengelolaan pembangunan desa. Bagi masyarakat, program ini mendorong peningkatan literasi digital, partisipasi aktif dalam kegiatan sosial, kesadaran lingkungan, serta penguatan nilai kebersamaan dan gotong royong. Bagi UMKM *Frozen Food* Seandanan, implementasi *e-commerce* melalui platform Shopee dan Tiktok Shop secara nyata memperluas pasar, meningkatkan pengetahuan promosi digital, dan memperkuat jaringan usaha, sehingga meningkatkan kesiapan bersaing di pasar modern. Sementara itu, bagi mahasiswa, program ini menjadi wahana pembelajaran kontekstual yang mengasah keterampilan profesional, membangun empati sosial, dan menumbuhkan tanggung jawab sebagai agen perubahan di masyarakat.

Secara keseluruhan, PKPM 2025 di Desa Rajabasa membuktikan bahwa sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat mampu menciptakan perubahan positif yang berkelanjutan. Pemanfaatan *e-commerce*, inovasi promosi, serta partisipasi aktif semua pihak menjadi pilar penting dalam memajukan desa, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan memperkuat daya saing lokal di era digital.

## 3.2 Saran

### 3.2.1 Untuk UMKM *Frozen Food* Seandanan

- a. Optimalisasi Pemanfaatan *E-Commerce*, Memaksimalkan penggunaan platform *e-commerce* yang telah dibuat, seperti Shopee, dengan mengunggah foto produk berkualitas tinggi, menyertakan deskripsi yang informatif, serta memanfaatkan fitur promosi dan iklan berbayar untuk meningkatkan visibilitas.
- b. Konsistensi dan Inovasi Produk, Menjaga kualitas produk secara konsisten sekaligus melakukan inovasi rasa, kemasan, atau varian baru agar dapat menarik minat pasar yang lebih luas.
- c. Penguatan Branding dan Pemasaran Digital, Mengembangkan identitas merek yang kuat melalui logo, kemasan, dan narasi pemasaran yang unik, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana membangun hubungan dengan konsumen.
- d. Manajemen Keuangan dan Operasional, Mengelola keuangan secara tertib dengan pencatatan transaksi yang rapi, serta mengatur rantai pasok bahan baku dan produksi untuk menjaga ketersediaan produk.
- e. Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi, Membangun kerja sama dengan pelaku usaha lain, komunitas UMKM, maupun instansi terkait untuk memperluas jaringan distribusi dan peluang promosi.

### 3.2.2 Untuk Pemerintah Desa Rajabasa

- a. Penguatan Pemanfaatan Teknologi Digital, Pemerintah desa perlu melanjutkan dan memperluas inisiatif pemanfaatan *e-commerce* bagi pelaku UMKM dengan menyediakan pelatihan berkelanjutan terkait pemasaran digital, manajemen toko online, dan strategi promosi berbasis data.
- b. Pengembangan Infrastruktur Pendukung, Penyediaan akses internet yang stabil dan terjangkau di seluruh wilayah desa menjadi prioritas, guna mendukung kegiatan pemasaran digital, pembelajaran daring, dan komunikasi informasi publik.
- c. Pembentukan Pusat Layanan UMKM, Pemerintah desa dapat membentuk pusat pendampingan usaha sebagai wadah konsultasi, berbagi informasi pasar, dan

kolaborasi antar pelaku UMKM, sehingga mendorong penguatan jejaring bisnis lokal.

- d. Promosi Potensi Lokal yang Terintegrasi, Pengelolaan promosi potensi wisata, produk unggulan, dan kegiatan budaya perlu dilakukan secara terintegrasi melalui media sosial resmi desa, website, dan kolaborasi dengan pihak eksternal, sehingga jangkauan promosi semakin luas.
- e. Penguatan Partisipasi Masyarakat, Melibatkan masyarakat secara aktif dalam program pembangunan, pelatihan, dan promosi desa agar tercipta rasa memiliki (*sense of belonging*) dan keberlanjutan program yang telah dirintis.

### **3.2.3 Untuk Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya**

- a. Penguatan Program Pengabdian Masyarakat, Mempertahankan dan memperluas cakupan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dengan mengintegrasikan lebih banyak inovasi berbasis teknologi dan kewirausahaan agar memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat.
- b. Pembekalan Mahasiswa yang Lebih Komprehensif, Menyelenggarakan pelatihan pra-PKPM yang mencakup keterampilan komunikasi, manajemen proyek, literasi digital, dan analisis kebutuhan masyarakat untuk meningkatkan efektivitas pelaksanaan di lapangan.
- c. Peningkatan Kolaborasi dengan Mitra Lokal, Memperluas jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah, UMKM, dan organisasi masyarakat sipil guna menciptakan sinergi yang berkelanjutan antara kampus dan lingkungan sekitar.
- d. Pemanfaatan Hasil PKPM sebagai Sumber Pembelajaran, Mendokumentasikan hasil kegiatan PKPM secara sistematis untuk dijadikan bahan ajar, studi kasus, atau referensi penelitian mahasiswa dan dosen.
- e. Evaluasi dan Pengembangan Berkelanjutan, Melakukan evaluasi rutin terhadap pelaksanaan PKPM untuk mengidentifikasi keberhasilan, tantangan, dan peluang perbaikan, sehingga program dapat terus relevan dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

### **3.3 Rekomendasi**

Berdasarkan hasil pelaksanaan Program PKPM 2025 di Desa Rajabasa, diperlukan langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan dan penguatan

manfaat program di masa mendatang. Pemerintah Desa Rajabasa diharapkan dapat melanjutkan pemanfaatan teknologi digital, khususnya *e-commerce*, sebagai media promosi potensi lokal dan pemberdayaan UMKM. Hal ini perlu didukung dengan peningkatan kualitas infrastruktur internet serta penyelenggaraan pelatihan rutin bagi pelaku usaha, sehingga adaptasi terhadap perkembangan teknologi dapat berjalan optimal.

Bagi UMKM *Frozen Food* Seandanan, pengelolaan toko online yang telah dibangun hendaknya dilakukan secara konsisten dengan strategi pemasaran digital yang terarah. Inovasi dalam kualitas produk, kemasan, dan varian rasa perlu terus dikembangkan untuk memperluas segmen pasar dan meningkatkan daya saing.

Sementara itu, Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya disarankan untuk memperkuat pembekalan mahasiswa sebelum pelaksanaan PKPM, memperluas kemitraan dengan pemerintah desa dan pelaku usaha, serta mendokumentasikan hasil kegiatan sebagai sumber pembelajaran dan penelitian. Dengan langkah-langkah ini, sinergi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan masyarakat diharapkan dapat terus berlanjut, menciptakan dampak positif yang berkesinambungan, serta mendorong kemajuan Desa Rajabasa di era digital.