

BAB III

PENUTUP

1.1. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan bahwa kondisi desain produk UMKM Among Zizi sebelum dilakukan pengembangan masih sangat sederhana, belum memiliki identitas visual yang kuat, serta kurang mampu merepresentasikan kualitas dan keunggulan produk. Kemasan yang digunakan belum informatif, tidak menarik secara visual, dan cenderung tidak membedakan produk dari kompetitor, sehingga sulit membangun brand awareness dan daya tarik konsumen.

Kendala utama yang dihadapi UMKM Among Zizi adalah keterbatasan pengetahuan serta keterampilan dalam menciptakan desain produk yang modern dan sesuai kebutuhan pasar. Selain itu, kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran digital dan pemanfaatan media promosi online turut menjadi hambatan, sehingga jangkauan pemasaran produk masih terbatas pada lingkup lokal dan belum optimal. Melalui kegiatan Program PKPM, pengembangan desain produk kreatif berhasil memberikan perubahan signifikan. Desain produk yang lebih modern, informatif, dan inovatif tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen, tetapi juga memperkuat identitas usaha dan memudahkan produk dikenali di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Visual yang menarik menjadikan produk Among Zizi lebih mudah dipromosikan melalui platform digital seperti media sosial, marketplace, dan Google My Business. Dampak nyata dari pengembangan ini adalah meningkatnya citra usaha, terbukanya peluang pasar yang lebih luas, serta bertambahnya nilai jual dan daya saing produk.

Dengan demikian, kegiatan desain produk dalam PKPM tidak hanya menjawab kebutuhan dasar UMKM dalam hal kemasan, tetapi juga membangun fondasi penting untuk keberlanjutan usaha. Identitas visual yang kuat, pemanfaatan digitalisasi, serta tumbuhnya kreativitas dan inovasi pelaku usaha menjadikan UMKM Among Zizi memiliki peluang besar untuk berkembang dan bersaing, baik di pasar lokal, regional, maupun nasional.

1.2. Saran

1. Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan terus menjaga semangat kebersamaan dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan pembangunan desa. Pemanfaatan potensi lokal, termasuk sektor UMKM, desain produk, dan kegiatan sosial-budaya, perlu dikembangkan secara berkelanjutan untuk memberikan nilai tambah bagi kesejahteraan bersama.

2. Bagi UMKM Among Zizi

Disarankan agar UMKM di Desa Maja tidak hanya mengandalkan metode konvensional, tetapi juga terus memanfaatkan teknologi digital dan inovasi desain produk. Konsistensi dalam promosi online, pengembangan kemasan dan tampilan produk, inovasi varian produk, serta pelayanan yang baik akan memperkuat daya saing usaha di pasar yang semakin kompetitif.

3. Bagi Pemerintah Desa Maja

Pemerintah Desa Maja diharapkan terus mendukung pengembangan UMKM melalui pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi sarana produksi agar produk lokal semakin kompetitif. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital seperti media sosial, Google My Business, dan marketplace perlu difasilitasi untuk memperluas pasar dan meningkatkan promosi. Pemerintah juga sebaiknya mendorong program rutin pemberdayaan masyarakat yang menekankan keterampilan, inovasi, dan kolaborasi, serta meningkatkan fasilitas dan infrastruktur pendukung UMKM, sehingga kapasitas warga meningkat dan pertumbuhan ekonomi lokal semakin optimal.

4. Bagi Kampus IIB Darmajaya

Perlu adanya kesinambungan program pengabdian masyarakat agar manfaat yang diberikan dapat berkelanjutan. Perguruan tinggi dapat menjadikan Desa Maja sebagai desa binaan sehingga setiap tahun terdapat program lanjutan yang mendukung pengembangan masyarakat, khususnya dalam bidang pendidikan, ekonomi kreatif, teknologi digital, dan inovasi desain produk.

1.3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil pelaksanaan Program Kerja Pengabdian Kepada Masyarakat (PKPM) di Desa Maja, beberapa rekomendasi yang dapat menjadi acuan untuk keberlanjutan program dan peningkatan manfaat kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Untuk Masyarakat

Masyarakat diharapkan terus memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diberikan, khususnya dalam pemasaran digital, pengelolaan usaha, dan pengembangan desain produk. Partisipasi aktif, keterbukaan terhadap inovasi, serta kemauan untuk belajar hal baru menjadi kunci dalam mengembangkan potensi desa secara berkelanjutan.

2. Untuk Pelaku UMKM

Pelaku usaha perlu menjaga konsistensi dalam penerapan strategi digital yang telah diberikan, seperti memperbarui profil usaha di Google My Business, mengunggah konten produk berkualitas secara berkala, serta menjaga kualitas layanan. Selain itu, inovasi desain produk, kemasan, dan variasi produk perlu terus dikembangkan untuk memperkuat branding dan daya saing di pasar lokal maupun digital.

3. Untuk Institusi/Perguruan Tinggi

Institusi disarankan untuk melanjutkan program pengabdian serupa secara berkala di Desa Maja maupun wilayah lain. Kolaborasi antara mahasiswa, dosen, dan masyarakat perlu diperkuat agar program lebih berkesinambungan, memadukan teknologi, kreativitas desain produk, dan kebutuhan nyata masyarakat di lapangan.