

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Melalui kegiatan PKPM, UMKM keripik ubi di Desa Banjarmasin, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan telah memiliki desain logo dan kemasan baru yang sesuai dengan tren pasar. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan citra merek dan berpotensi meningkatkan penjualan produk. Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa PKPM dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari.

3.2 Saran UMKM

UMKM Keripik Ubi di Desa Banjarmasin disarankan untuk terus meningkatkan kualitas produk dengan menjaga rasa, kebersihan, serta kerenyahan keripik, sekaligus melakukan inovasi varian rasa baru agar lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, penting untuk memiliki desain logo dan kemasan yang modern, rapi, dan informative kedepannya sehingga produk terlihat lebih profesional dan memiliki daya saing. Pemanfaatan media digital juga seperti media sosial dan e-commerce juga perlu dilakukan guna memperluas jangkauan pemasaran. UMKM juga disarankan kerja sama dengan toko oleh-oleh atau warung terdeka, dan pengurusan legalitas usaha seperti PIRT dan sertifikat halal akan sangat membantu meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

3.2 Rekomendasi UMKM

UMKM keripik ubi di Desa Banjarmasin sebaiknya meningkatkan kualitas produksi dengan cara menjaga kebersihan, menggoreng dengan minyak baru agar rasa tetap enak, serta menggunakan kemasan yang lebih menarik dan

rapat supaya keripik awet renyah. Selain itu, produk bisa dipasarkan tidak hanya di warung sekitar, tapi juga melalui media sosial dan marketplace agar lebih banyak orang tahu. Dengan cara ini, usaha tetap sederhana tapi peluang pembeli akan lebih besar dan membuat keripik ubi lebih dikenal luas.