

## **BAB 3**

### **PENUTUP**

#### **3.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pelaksanaan program kerja mahasiswa PKPM di Desa Way Kalam, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan, khususnya dalam kegiatan pembuatan desain kemasan kopi Way Kalam, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif baik bagi UMKM lokal maupun mahasiswa. Keberadaan desain kemasan yang representatif sangat penting karena tidak hanya berfungsi sebagai wadah pelindung produk, tetapi juga menjadi media komunikasi visual yang mampu memperkuat identitas, meningkatkan daya tarik, serta membedakan produk kopi Way Kalam dari produk sejenis lainnya.

Desain kemasan yang dibuat telah memadukan unsur estetika dengan nilai-nilai lokal, seperti penggunaan ilustrasi biji kopi, pegunungan, serta nuansa warna hangat yang mencerminkan keaslian dan kualitas produk. Dengan demikian, kemasan ini mampu menghadirkan citra positif bagi kopi Way Kalam sekaligus mengangkat kearifan lokal masyarakat yang telah lama menggeluti sektor perkebunan kopi. Hal ini sejalan dengan tujuan utama program PKPM, yakni memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui pendampingan, inovasi, dan pemberdayaan.

Selain itu, mahasiswa juga mendapatkan pengalaman berharga dalam proses observasi, analisis, serta penerapan ilmu pengetahuan di lapangan. Kegiatan ini melatih keterampilan komunikasi, kreativitas, kepemimpinan, serta kerja sama tim dalam menghadapi tantangan nyata. Dengan demikian, program pembuatan desain kemasan kopi Way Kalam tidak hanya memperkuat potensi UMKM desa, tetapi juga menjadi sarana pembelajaran kontekstual yang bermanfaat bagi mahasiswa dalam mengasah kemampuan akademik maupun praktis.

#### **3.2 Saran**

##### **Bagi UMKM Kopi Way Kalam**

- Perlu terus melakukan pengembangan desain kemasan secara berkelanjutan agar selalu relevan dengan tren pasar dan selera konsumen.
- Diharapkan untuk memperhatikan aspek legalitas produk seperti label gizi,

barcode, serta sertifikasi halal, sehingga produk lebih mudah masuk ke pasar modern maupun e-commerce.

- UMKM juga disarankan untuk memanfaatkan desain kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran digital melalui media sosial maupun platform marketplace.

#### **Bagi Pemerintah Desa dan Lembaga Terkait**

- Disarankan memberikan dukungan berupa pelatihan pengemasan, manajemen usaha, pemasaran digital, dan akses permodalan agar UMKM kopi Way Kalam dapat berkembang lebih optimal.
- Perlu ada kolaborasi dengan instansi pendidikan maupun pihak swasta untuk menciptakan program pendampingan yang berkelanjutan, sehingga keberhasilan program PKPM tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat terus memberi manfaat jangka panjang.
- Pemerintah desa juga dapat menjadikan kopi Way Kalam sebagai produk unggulan desa (local branding) yang dipromosikan bersamaan dengan potensi wisata Air Terjun Way Kalam dan ekowisata Gunung Rajabasa.

#### **Bagi Mahasiswa PKPM Selanjutnya**

- Disarankan untuk tidak hanya berhenti pada tahap pembuatan desain kemasan, tetapi juga melakukan riset pasar, uji konsumen, dan strategi pemasaran yang lebih luas agar produk dapat dikenal secara regional maupun nasional.
- Perlu adanya inovasi lanjutan, misalnya membuat konten promosi berbasis digital, pelatihan literasi keuangan untuk pelaku UMKM, serta penyusunan strategi branding jangka panjang.
- Mahasiswa juga diharapkan untuk selalu menjaga hubungan baik dengan masyarakat desa sebagai bentuk keberlanjutan pengabdian dan transfer ilmu pengetahuan.