

BAB 3

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Program kerja PKPM di Desa Tanjung Gading, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan yang fokus membantu UMKM produksi tahu dan tempe Pak Iwan melalui pembuatan dan pengoptimalan akun media sosial seperti TikTok dan Instagram serta pembuatan logo dan banner sebagai media promosi, memberikan dampak yang sangat positif. Pemanfaatan media sosial seperti Tiktok dan Instagram berhasil meningkatkan eksposur dan jangkauan konsumen dan visibilitas produk tahu dan tempe kepada audiens yang lebih luas dan beragam, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan platform digital.

Dengan strategi promosi yang lebih modern dan terarah, UMKM Tahu dan Tempe Pak Iwan mampu menjangkau pasar yang sebelumnya sulit dijangkau, sehingga meningkatkan peluang penjualan dan permintaan terhadap produknya. Selain itu, pembuatan logo dan banner yang menarik memperkuat citra profesional UMKM, menambah kepercayaan konsumen, dan memperjelas identitas brand tahu dan tempe Pak Iwan. Media visual tersebut berfungsi sebagai alat promosi efektif yang mendukung upaya pemasaran secara online maupun offline.

Program ini juga mendorong UMKM Tahu dan Tempe Pak Iwan untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, meningkatkan kemampuan digital dalam mengelola usaha, dan membuka kesempatan untuk pengembangan usaha lebih besar di masa depan. Dengan demikian, program ini memberikan manfaat jangka panjang dalam memperkuat daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin digital.

3.2 Saran

Untuk Desa Tanjung Gading

Lebih meningkatkan ilmu pengetahuan dalam bidang teknologi dan bisnis digital untuk kemajuan Perekonomian Kelurahan.

- a. Pertahankan rasa kepedulian, kekeluargaan dan terbuka untuk Mahasiswa PKPM maupun orang luar yang bertamu di Desa banding sebagai rasa kekeluargaan dan mempererat tali silaturahmi.
- b. Tingkatkan lagi pembanguna infrastruktur dasar seperti akses jalan, listrik, dan jaringan internet agar mendukung kegiatan ekonomi dan sosial masyarakat.
- c. Dorong pemberdayaan masyarakat dengan pelatihan kewirausahaan dan peningkatan kapasitas digital untuk mengoptimalkan potensi lokal, termasuk pengolahan sebagai produk olahan khas desa.
- d. Kembangkan potensi pariwisata lokal secara berkelanjutan yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus menjaga lingkungan sekitar.

Untuk UMKM Tahu dan Tempe pak Iwan

- a. Mempertahankan dan Memajukan Bisnis yang saat ini sudah dibangun.
- b. Mengembangkan Digitalisasi dalam rangka memperluas jangkauan pasar untuk mempermudah upaya promosi produk yang lebih luas

Untuk Institusi

- a. Lebih diperhatikan kesejahteraan mahasiswa yang mengikuti kegiatan PKPM
- b. Serta lebih baik dalam memilih tempat dan lokasi.
- c. Lebih terstruktur lagi untuk persyaratan dan ketentuan yang berlaku selama PKPM.
- d. Jalannya pelaksanaan kepada mahasiswa PKPM

3.3 Rekomendasi

Kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat dan mendapatkan pengalaman serta ilmu yang sangat berkesan Bagi Mahasiswa/i IIB Darmajaya, kegiatan PKPM ini dapat menjadi inspirasi dan motivasi Mahasiswa/I sebagai ajang untuk pelatihan didunia kerja. Kegiatan PKPM ini terdapat banyak kegiatan yang berfokus pada berbagai bidang, Mahasiswa/I IIB Darmajaya diterjunkan dalam masyarakat untuk memecahkan rumusan masalah dan memberikan inoasi serta mengembangkan UMKM ataupun Sarana dan prasarana serta potensi kelurahan yang dituju. Kegiatan PKPM mempunyai 1 fokus terutama :

a. Usaha Mikro Kecil Menengah.(UMKM)

Dalam kegaitan PKPM ini kami memilih fokus pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Digitalisasi UMKM, dengan UMKM yang dipilih adalah UMKM Tahu dan Tempe di Desa Tanjung Gading Kecamatan Rajabasa Kabupaten Lampung Selatan, Kegiatan yang difokuskan dalam PKPM ini adalah pengoptimalkan dan pendampingan pembuatan akun social media, konten pemasaran digital melalui platfrom Tiktok dan Instagram serta logo dan banner sebagi media promosi baik melali online maupun offline.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan keterampilan kepada pelaku UMKM Tahu dan Tempe dalam mengelola media sosial secara efektif untuk meningkatkan brand awareness dan memperluas pangsa pasar produk mereka.Selain itu, kegiatan ini juga meliputi pengembangan strategi pemasaran digital melalui pembuatan video konten yang menarik dan logo usaha sebagai indentitas visual produk UMKM. Dengan demikian, diharapkan peningkatan kemampuan digital ini dapat mendorong peningkatan penjualan, pendapatan, dan kemandirian UMKM Tahu dan Tempe pak Iwan di Desa Tanjung Gading, Kecamatan Rajabasa, Lampung Selatan, Lampung.