

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan PKPM di Desa Canti, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, dapat disimpulkan bahwa program utama berupa peningkatan strategi pemasaran pada UMKM Rumah Tapis Fahri memberikan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Peningkatan strategi pemasaran pada UMKM merupakan langkah penting untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta memperkuat citra produk di mata konsumen. Melalui penerapan strategi yang terintegrasi, seperti optimalisasi foto produk, pemanfaatan media sosial, penggunaan marketplace, penyusunan content calendar, media planning, serta konsistensi dalam penerbitan konten, UMKM dapat lebih fokus pada peningkatan engagement dan loyalitas pelanggan.

Dengan strategi yang tepat dan berkelanjutan, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun brand awareness yang kuat, menjalin hubungan baik dengan konsumen, serta beradaptasi dengan perkembangan tren digital. Pada akhirnya, peningkatan strategi pemasaran menjadi kunci keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan dan mencapai pertumbuhan usaha yang berkelanjutan.

3.2 Saran

3.2.1 Bagi Masyarakat Desa Canti

1. Diharapkan masyarakat dapat melanjutkan dan mengembangkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, khususnya dalam bidang promosi

produk lokal melalui media digital.

2. Masyarakat diharapkan terus menjaga dan melestarikan kerajinan tapis sebagai warisan budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

3.2.2 Bagi Mahasiswa PKPM Berikutnya

1. Penting untuk menjalin komunikasi yang baik dan membangun hubungan positif dengan masyarakat sejak awal kegiatan.
2. Melakukan observasi yang menyeluruh sebelum pelaksanaan program agar kegiatan lebih tepat sasaran dan memberikan dampak yang nyata.
3. Mahasiswa perlu memiliki kesiapan mental, fleksibilitas, dan kemampuan adaptasi dalam menghadapi dinamika kegiatan di lapangan.
4. Kolaborasi dengan UMKM dan aparat desa sangat penting untuk menciptakan program yang berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

3.2.3 Bagi UMKM Rumah Tapis Fahri

1. Diharapkan pelaku UMKM dapat terus mempertahankan dan memanfaatkan strategi pemasaran serta promosi digital yang telah diterapkan.
2. Pelaku usaha dapat meningkatkan interaksi dan pelayanan kepada konsumen melalui media sosial dan komunikasi langsung.
3. Terus menjaga kualitas produk dan memperkuat daya tarik produk tapis melalui inovasi dan konsistensi promosi.
4. Menjadikan hasil kegiatan PKPM sebagai pijakan untuk terus berkembang secara mandiri dan profesional.

3.3 Rekomendasi

1. Kepada UMKM, disarankan agar terus mengembangkan wawasan dan

keterampilan di bidang pemasaran, terutama digital marketing yang telah dikenalkan dalam kegiatan PKPM.

2. Kepada institusi kampus, diharapkan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk melaksanakan PKPM dalam durasi yang lebih panjang agar hasil yang dicapai lebih optimal dan berkelanjutan.
3. Kepada pemerintah desa dan pihak terkait, diharapkan dapat menyelenggarakan pelatihan lanjutan bagi pelaku UMKM seperti pemasaran digital, pengemasan produk, dan keterampilan komunikasi guna meningkatkan daya saing produk lokal Desa Canti.