

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Pelatihan manajemen pemasaran online pada UMKM di Desa Tanjung Gading, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Kalianda berhasil memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan yang bermanfaat bagi pengelola UMKM. Dengan pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Google My Business, UMKM mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat identitas merek (Effendy & Arief, 2019; Tuten & Solomon, 2017).

Pemasaran digital terbukti menjadi salah satu strategi penting untuk menjaga daya saing UMKM di era globalisasi, karena mampu menghadirkan interaksi langsung dengan konsumen sekaligus menekan biaya promosi dibandingkan metode tradisional (Mangold & Faulds, 2009; Purwana, Rahmi, & Aditya, 2017). Oleh karena itu, keberlanjutan program serupa perlu terus dikembangkan dengan dukungan pemerintah desa, BUMDes, serta dinas terkait, agar UMKM dapat memanfaatkan literasi digital secara optimal dalam pengembangan usaha (Kementerian Koperasi dan UKM, 2021; Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2020).

3.2 Saran

1. Bagi Masyarakat Desa Tanjung Gading: Diharapkan masyarakat dapat lebih mendalami dan menerapkan konsep-konsep Pemasaran Digital yang telah diberikan dalam pelatihan.
2. Bagi Mahasiswa Peserta PKPM Berikutnya: Mengoptimalkan proses pelatihan dengan memperdalam materi yang lebih aplikatif dan sesuai dengan karakteristik UMKM lokal.

3.3 Rekomendasi

Rekomendasi untuk pemerintah desa dan pihak terkait adalah agar lebih sering mengadakan pelatihan serupa dan melibatkan lebih banyak UMKM dalam kegiatan semacam ini.