

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan-kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan :

1. Meningkatkan Identitas dan Citra Merek.

Penerapan desain branding dan kemasan baru berhasil menciptakan identitas visual yang autentik, elegan, dan berkarakter, dengan mengangkat unsur budaya Lampung dalam bentuk logo, warna, dan tipografi. Hal ini membuat merek Lamban Kebung lebih mudah dikenali dan dibedakan dari kompetitor sejenis.

2. Meningkatkan Kepercayaan dan Minat Beli Konsumen.

Desain kemasan yang minimalis, modern, dan profesional memberikan kesan produk yang higienis, berkualitas, dan premium, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen. Identitas visual yang konsisten pada logo, kemasan, dan media promosi juga memperkuat brand awareness serta mendorong pertumbuhan minat beli dan loyalitas pelanggan.

3. Pelaksanaan kegiatan PKPM di Desa Tengkujuh berlangsung dengan lancar berkat kerja sama yang harmonis antara mahasiswa, pemilik UMKM, aparat desa, dan masyarakat setempat. Kegiatan dimulai dari kunjungan langsung ke rumah produksi untuk melakukan observasi, penyusunan SOP, penyerahan SOP, hingga uji coba SOP yang telah dibuat secara resmi. Dukungan penuh dari aparat desa dan partisipasi aktif warga membuat setiap tahapan berjalan sesuai rencana tanpa hambatan signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kegiatan PKPM tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM secara internal, tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan kolaborasi antara masyarakat, pemerintah desa, dan mahasiswa sebagai agen pengabdian masyarakat.

3.2 Saran

Adapun saran atau masukan yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut :

3.2.1 Bagi UMKM Lamban Kebung

Kepada pemilik UMKM Lamban Kebung disarankan untuk terus menjaga konsistensi penggunaan desain branding dan kemasan pada setiap media promosi, baik offline maupun online, guna memperkuat identitas visual dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Selain itu, pemasaran perlu dioptimalkan melalui pemanfaatan media sosial dan platform e-commerce agar jangkauan pasar menjadi lebih luas dan potensi penjualan meningkat. Evaluasi berkala juga perlu dilakukan terhadap desain, kemasan, dan strategi pemasaran untuk menyesuaikan diri dengan tren pasar serta selera konsumen. Dengan penerapan strategi tersebut, UMKM Lamban Kebung diharapkan dapat memperkuat citra merek, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan bersaing lebih optimal di pasar lokal maupun nasional.

3.2.2 Bagi Masyarakat

Kepada masyarakat diharapkan dukungan penuh terhadap keberlangsungan UMKM Lamban Kebung dapat terus diberikan, baik melalui kepercayaan terhadap produk lokal maupun partisipasi aktif dalam promosi. Masyarakat dapat membantu memperkenalkan produk melalui rekomendasi langsung maupun lewat media sosial. Selain itu, masyarakat juga memiliki peran penting dalam menjaga nama baik desa serta mendukung lingkungan usaha yang kondusif, sehingga keberlangsungan UMKM tetap terjaga.

3.2.3 Bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Kepada Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya disarankan agar kegiatan PKPM dapat terus dilaksanakan secara berkesinambungan, sehingga manfaat yang diberikan kepada mitra semakin besar dan

berkelanjutan. Institut juga diharapkan menambahkan program pendampingan pasca-PKPM sebagai bentuk tindak lanjut agar UMKM tetap mendapatkan arahan serta evaluasi meskipun kegiatan telah selesai. Selain itu, perluasan kerja sama dengan lebih banyak UMKM dan desa juga sangat penting agar dampak pengabdian masyarakat semakin luas. Tidak kalah penting, mahasiswa yang akan terjun ke lapangan hendaknya dibekali dengan pelatihan praktis terlebih dahulu, agar program yang diimplementasikan lebih tepat sasaran dan mampu menjawab kebutuhan nyata masyarakat.

3.3 Rekomendasi

Untuk keberlanjutan dan pengembangan kualitas produk, pemasaran, serta daya saing UMKM Lamban Kebung, direkomendasikan beberapa hal sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas desain dan kemasan produk, disarankan agar pemilik dan karyawan UMKM rutin mengikuti pelatihan terkait branding, desain kemasan, dan pemasaran visual. Hal ini akan membantu menjaga konsistensi identitas merek sekaligus menambah wawasan tentang tren desain terkini yang sesuai dengan kebutuhan pasar.
2. Memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran dan promosi produk melalui media sosial, marketplace, serta website resmi. Konten visual seperti foto produk berkualitas tinggi, video pemasaran, dan desain promosi yang menarik dapat meningkatkan brand awareness dan menjangkau konsumen yang lebih luas.
3. Melakukan evaluasi dan inovasi berkala terhadap desain kemasan, strategi promosi, dan tren pasar. Penyesuaian desain dan strategi pemasaran secara rutin akan membantu UMKM Lamban Kebung menjaga relevansi produk di mata konsumen dan meningkatkan minat beli.
4. UMKM dapat menjalin kerja sama dengan perguruan tinggi, lembaga pelatihan, maupun pemerintah daerah untuk mendapatkan pendampingan teknis dan pelatihan pemasaran.