

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Kampung Baru, Kecamatan Penengahan, Kabupaten Lampung Selatan yang telah dilaksanakan selama 30 hari yang memfokuskan pada peningkatan Ekonomi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya UMKM Keripik Pisang Dua Putra, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Implementasi *Market Place* memberikan kemudahan bagi UMKM dalam memperkenalkan produk, varian rasa, harga, dan informasi usaha secara lebih modern dan profesional.
2. Kehadiran *website* sederhana melalui Market place mampu memperluas jangkauan pemasaran, tidak hanya terbatas pada konsumen lokal, tetapi juga menjangkau calon pelanggan dari luar daerah.
3. Penerapan digitalisasi pemasaran meningkatkan citra usaha, mempermudah interaksi dengan pelanggan, serta mendukung efisiensi proses pemesanan melalui *facebook*
4. Secara keseluruhan, kegiatan ini berdampak positif terhadap peningkatan daya saing UMKM Keripik Pisang Dua Putra di era digital, sekaligus menjadi pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan teknologi digital sebagai solusi pemasaran yang efektif.

3.2 Saran

Setelah melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) 2025 ini, penulis ingin memberikan masukan dan saran yang mempunyai tujuan untuk memberikan informasi demi kebaikan UMKM Keripik Pisang Dua Putra:

1. Implementasi *market place* secara berkelanjutan perlu dilakukan oleh UMKM Keripik Pisang Dua Putra, tidak hanya sebatas membuat *website*, tetapi juga dengan rutin memperbarui informasi produk, harga, promo, serta menampilkan testimoni pelanggan. Hal ini akan meningkatkan kredibilitas usaha, memperkuat citra merek, sekaligus memberikan pengalaman belanja online yang lebih profesional bagi konsumen.
2. Integrasi *market place* dengan media digital lainnya seperti media sosial, *WhatsApp Business*, dan *bar code* pada kemasan produk sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar. Dengan strategi ini, konsumen dapat lebih mudah mengakses informasi dan melakukan pemesanan, sementara UMKM dapat membangun interaksi yang lebih intensif dengan pelanggan serta meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun luar daerah.

3.3 Rekomendasi

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan PKPM masih terdapat kekurangan sehingga diperlukan langkah penyempurnaan. Oleh karena itu, setelah melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) ini penulis memberikan rekomendasi untuk kebaikan pemilik UMKM Keripik Pisang Dua Putra, Ibu Tuhadjah, yaitu:

1. Ibu Tuhadjah diharapkan dapat memanfaatkan *Market Place* secara konsisten sebagai media pemasaran utama, dengan cara memperbarui konten secara berkala, menambahkan katalog produk, informasi harga, serta menampilkan ulasan pelanggan sehingga citra usaha terlihat profesional dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.
2. UMKM Keripik Pisang Dua Putra perlu mengintegrasikan *Market Place* dengan media sosial dan bar Code pada kemasan produk, agar pelanggan lebih mudah mengakses informasi serta melakukan pemesanan. Strategi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pemasaran, tidak hanya di wilayah sekitar, tetapi juga hingga ke luar daerah.

Demikian rekomendasi yang dapat penulis sampaikan kepada Ibu Tuhadijah, semoga implementasi *Market place* pada umkm keripik pisang 2 putra ini dapat terus dimanfaatkan secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi perkembangan usaha Keripik Pisang Dua Putra dalam jangka panjang.