

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan rangkaian kegiatan dari program kerja penulis sebagai Mahasiswa PKPM IIB Darmajaya yang dilaksanakan di Desa Sukaraja, Kecamatan Rajabasa, Kabupaten Lampung Selatan, dengan fokus utama pada pengembangan UMKM Kopi Dori, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- Implementasi strategi sosial media marketing melalui platform TikTok @kopi.dori, Instagram @kopi_dori, dan WhatsApp Business telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan brand awareness UMKM Kopi Dori. Melalui konten kreatif berupa foto dan video yang menampilkan proses produksi hingga keunggulan produk, terjadi peningkatan interaksi dengan audiens serta jangkauan promosi yang lebih luas dibandingkan pola pemasaran manual yang sebelumnya hanya mengandalkan distribusi ke warung-warung sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial merupakan langkah yang efektif untuk memperkenalkan produk kopi lokal kepada target pasar yang lebih besar.

Meskipun hasil kegiatan menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan, masih terdapat tantangan yang dihadapi UMKM Kopi Dori, khususnya dalam menjaga konsistensi pembuatan konten, pemahaman teknis pengelolaan akun, serta upaya memperkuat *personal branding* agar produk semakin mudah dikenali konsumen. Oleh karena itu, pendampingan yang lebih intensif dan keberlanjutan strategi digital marketing perlu terus dikembangkan agar dampak yang dihasilkan dapat berkelanjutan dan memberi kontribusi nyata terhadap peningkatan daya saing UMKM.

3.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kualitas kerja dan bisnis di desa Sukaraja sebagai berikut :

- Bagi UMKM di Desa Sukaraja
Melihat keberhasilan awal pemanfaatan media sosial yang mampu memperluas jangkauan pasar, pelaku UMKM seperti Kopi Dori disarankan untuk terus menjaga konsistensi dalam mengunggah konten kreatif. Pengelolaan akun digital sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan dengan memanfaatkan tren yang sedang berkembang agar brand awareness semakin meningkat.
- Bagi Masyarakat Desa Sukaraja
Dukungan masyarakat sangat penting untuk memperkuat keberlanjutan hasil kegiatan ini. Dengan membeli produk lokal dan membantu menyebarkan informasi melalui media sosial pribadi, masyarakat berperan aktif dalam meningkatkan citra UMKM desa. Partisipasi ini dapat memperkuat identitas Kopi Dori sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.
- Bagi Aparatur Desa Sukaraja
Tantangan dalam hal konsistensi konten dan pengelolaan akun digital membutuhkan dukungan dari pemerintah desa. Aparatur desa disarankan untuk memfasilitasi pelatihan digital marketing, membuka akses kemitraan, serta mendukung program UMKM berbasis teknologi. Dengan pendampingan yang berkesinambungan, UMKM Kopi Dori dan usaha lokal lainnya akan semakin mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

3.3 Rekomendasi

Desa Sukaraja sangat tepat dijadikan lokasi PKPM pada periode berikutnya karena masih menyimpan banyak potensi yang dapat dikembangkan, baik pada sektor UMKM, pertanian, maupun pariwisata. Kehadiran mahasiswa PKPM mampu memberikan inovasi, khususnya dalam pendampingan digital marketing bagi UMKM seperti Kopi Dori agar lebih siap bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan kolaborasi ini, masyarakat desa dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan, sementara aparat desa berperan dalam mendukung keberlanjutan program. Oleh karena itu, Desa Sukaraja masih membutuhkan kontribusi mahasiswa PKPM guna memperkuat daya saing ekonomi dan mengoptimalkan potensi desa secara berkelanjutan.