

III. PENUTUP

3.1 Kesimpulan

1. Semenjak pandemi Covid-19 mewabah di tambah lagi varian baru telah muncul di daerah Kecamatan Rajabasa dan desa Banding, banyak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang terkena dampaknya. Maka dari itu dengan adanya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dari IIB Darmajaya, mahasiswa/i diharapkan dapat mengabdikan serta mampu mengatasi problematika yang sedang dihadapi oleh masyarakat sekitar terutama pihak UMKM.
2. Pemberdayaan teknologi informasi disini sangat penting untuk kepentingan pemasaran Dodol Juwadah karena pada masa sekarang terutama di masa pandemi ini teknologi informasi terus berkembang pesat. Seperti, Website, Facebook, Instagram, Tokopedia, Shopee, dll.
3. Meningkatkan penjualan produk ada banyak cara salah satunya adalah dengan membuat *Website*, ataupun bisa juga melalui halaman *Facebook*. Dengan membuat halaman *Facebook* atau mempromosikannya melalui *Marketplace* dapat meningkatkan penjualan Dodol Juwadah.

3.2 Saran

Saran untuk Permata Shidqi adalah sebagai berikut:

1. Semakin aktif di sosial media untuk mempromosikan produk agar lebih dikenal secara luas.
2. Inovasi produk dan box kemasan lebih bervariasi.

3. Dalam proses peningkatan pemasaran produk di masa pandemi Covid-19 ini sebaiknya tetap melakukan penjualan terutams di *E-Commerce* contohnya *Facebook* dan media sosial lainnya.

3.3 Rekomendasi

Direkomendasikan untuk pembuatan dodol menggunakan box atau kemasan yang lebih menarik, sehingga dapat menarik konsumen. Selalu mempromosikan lewat media sosial dan E-Commerce seperti Instagram dan Marketplace yang ada di Facebook.