

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Sinar Rejeki, Kecamatan Jati Agung, Kabupaten Lampung Selatan, Provinsi Lampung difokuskan pada pengembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Tempe Pak Santanu serta pelatihan teknologi dengan memanfaatkan sosial media yang ada untuk strategi pemasaran. Maka hasil kerja yang telah dilaksanakan yang dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. UMKM telah melakukan *Rebranding* dengan tujuan agar konsumen lebih tertarik dan diharapkan dapat meningkatkan penjualan
2. UMKM sudah memiliki logo atau merek sendiri
3. Pemilik usaha sudah melakukan perbaikan kemasan dengan menambahkan logo atau merek sendiri
4. Telah melakukan promosi baik secara offline maupun online sehingga cangkupan pemasaran produk bertambah luas
5. Pemilik usaha sudah dapat mengoprasikan sosial media seperti facebook, Instagram, shopee, dan whatsapp bisnis untuk mendukung penjualan produk secara online
6. UMKM sudah memiliki banner dan telah dipasang di 2 (dua) lokasi berbeda
7. Pemilik usaha sudah memiliki NIB

3.2 Saran

Saran untuk program kerja yang telah di lakukan dalam bidang pengembangan UMKM Tempe Pak Santanu yaitu:

- a. Dalam membangun dan memajukan usaha, pemilik usaha harus berani mengambil resiko dalam menghadapi kendala, serta menjalin komunikasi kepada pihak-pihak lain dalam pengembangan usaha

- b. Membuat inovasi terbaru dalam pengolahan tempe, bisa dapat dijadikan keripik dengan beberapa varian rasa atau juga bisa diolah menjadi makanan frozen seperti nugget tempe untuk meningkatkan harga jualnya
- c. Dapat melakukan pengembangan ilmu teknologi dalam penjualan. Dimana penjualan dapat dilakukan secara online agar produk menjadi lebih banyak dikenal orang

3.3 Rekomendasi

Rekomendasi untuk program kerja yang telah dilakukan pada pemanfaatan sosial media dalam strategi pemasaran untuk mengembangkan UMKM Tempe Pak Santanu. Pemilik UMKM tempe bisa terus menciptakan inovasi baru dan terus memasarkan produk nya, tidak hanya secara offline namun bisa juga secara online sehingga cangkupan pemasaran akan lebih luas dan produk dapat lebih dikenal oleh banyak orang.