

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Setelah dilaksanakannya kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) dengan pemanfaatan penjualan melalui media sosial secara optimal sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan meningkatkan pelanggan pada UMKM Tempe dapat memperluas jangkauan pasar produk tempe tersebut. Kegiatan ini membawa dampak pada UMKM dalam membantu UMKM Tempe untuk memudahkan proses penjualan produknya yang telah di posting dan juga membantu meningkatkan penjualan produknya melalui media sosial Instagram sebagai sarana promosi agar memperluas jangkauan lebih luas untuk membantu dalam peningkatan penjualan dan juga target pemasaran.

3.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan tersebut, berikut saran - saran yang dapat dilakukan :

1. Pemilik ataupun karyawan UMKM dapat membuat jadwal secara terstruktur untuk membuat foto/video dan menggunggahnya di media sosial agar terciptanya promosi produk dengan baik.
2. Mempersiapkan Sumber daya Manusia (SDM) yang memiliki kemampuan/kompetensi dalam mengelola media sosial agar pemasaran berjalan dengan baik.
3. Melakukan Inovasi dan Kreativitas baru seperti pengolahan lebih lanjut terhadap produk tempe seperti mengolah menjadi kripik sehingga dapat meningkatkan peluang usaha.

3.3 Rekomendasi

3.3.1 Bagi UMKM

Rekomendasi yang diajukan adalah agar Pemilik UMKM dan atau karyawan mengikuti pelatihan tentang pemasaran menggunakan media sosial untuk menambah keterampilan dalam mengelola media tersebut secara baik dan benar

3.3.2 Bagi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya

Rekomendasi bagi Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya, disini penulis mengajukan kepada instansi perguruan tinggi Institut Informatika dan Bisnis darmajaya selaku pelaksana kegiatan PKPM agar dapat mengirimkan kembali mahasiswa PKMP pada beriode selanjutnya untuk melanjutkan perogram kerja kami.