

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM) di Desa Lebungsari, Kecamatan Merbau Mataram. Berfokus pada Strategi Banding untuk pengoptimalisasian pemasaran, dan ternyata kemasan serta logo yang menarik banyak menarik minat konsumen untuk membeli produk ini, hasil yang kami dapatkan dari teknik branding ini yaitu terjadi peningkatan penjualan 20 persen di dalam desa dan peningkatan penjualan 35 persen di luar desa.

3.2 Saran

a) Untuk Masyarakat Desa Lebung Sari

Pasca Pandemi COVID-19 memang tidak mudah, mari mencoba untuk bangkit bersama agar keadaan bisa kembali seperti pada masa sebelum covid.

b) Untuk UMKM Keripik Pak Teguh

Mari terus melakukan inovasi dan terus mencoba teknik branding yang telah kami ajarkan, memang tidak mudah memproduksi keripik dalam jumlah banyak dengan tenaga kerja dan fasilitas seadanya, namun kami kelompok 64 selalu mendoakan yang terbaik untuk UMKM Keripik Pak Teguh agar bisa terus maju.

3.3 Rekomendasi

A. Pemerintah Desa dan Masyarakat

Menghilangkan persepsi bahwa mahasiswa PKPM adalah sebagai tenaga kerja yang dapat di suruh untuk melakukan pekerjaan umum, melainkan sebagai motivator dan mediator untuk membantu umkm.

B. IIB Darmajaya

Dalam kegiatan pembekalan mahasiswa dilakukan secara benar untuk mengetahui pemahaman mahasiswa tentang apa yang akan mereka hadapi baik secara teori ataupun praktek. Sebagai program yang wajib dilakukan oleh Mahasiswanya, pihak IIB Darmajaya diminta untuk lebih mematangkan pelatihan pengerjaan dari Kegiatan Praktek Kerja Pengabdian Masyarakat (PKPM).

C. Mahasiswa

Mahasiswa menerapkan ilmu selama perkuliahan dalam kegiatan PKPM untuk mengetahui tingkatan skill yang kita miliki ketika terjun ke masyarakat. Setiap individu harus mempunyai niat dan tujuan yang baik, rasa ikhlas, tanggung jawab yang besar, sehingga perlu adanya kesiapan secara fisik, mental, emosional dan dana yang cukup agar PKPM tersebut dapat berjalan dengan lancar dan baik.