

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dalam penelitian “Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Program *Smart Village* di Desa Kedaung Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan” menggunakan penelitian *participatory Learning and Action* (PLA) dan ABCD (*Asset Based Community Development*), dan teknik pengumpulan data melalui *Observation Participatory*, *Focus Group Discussion* (FGD), serta wawancara maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan media sosial dapat menjadikan suatu alternative awal bagi pemula bisnis untuk memasarkan produk atau jasa dikarenakan dengan menggunakan media sosial tersebut dapat diketahui trafik di media sosial tersebut, berapa banyak orang yang akan mengunjungi laman pemilik usaha serta dapat meningkatkan penjualan bisnis masyarakat.
2. Dengan menggunakan *marketplace* Desa Kedaung, promosi yang dilakukan menjadi lebih efektif dapat terlihat jumlah keseluruhan usaha-usaha dan produk-produk masyarakat desa Kedaung.
3. Dalam memasarkan suatu produk atau jasa di media sosial harus dapat memberikan informasi yang sangat jelas, agar para pengguna akun media sosial tersebut saat melihat postingan produk menerima informasi yang menarik dan mene berkeinginan untuk membeli atau meminta jasa tersebut.
4. Adanya *marketplace* desa dapat menghimpun semua produk dan jasa yang ada di Desa Kedaung Kecamatan Sragi Kabupaten Lampung Selatan.

Kegiatan ini merupakan kegiatan pelatihan serta dampingan *Digital Marketing* yang jarang sekali dilakukan oleh pemerintah desa khususnya untuk wilayah Desa Kedaung. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong masyarakat Desa Kedaung dalam meningkatkan usaha sehingga bisa menciptakan produk-produk unggul di wilayah desa Kedaung dan menjadi salah satu potensi desa melalui sektor ekonomi kreatif. Selain itu, kegiatan ini juga perlu dilakukan secara berkelanjutan

agar lebih banyak lagi masyarakat yang dapat menggali potensi dalam berwirausaha secara modern.

B. Saran

Kemampuan berwirausaha masyarakat desa perlu terus ditingkatkan, hal tersebut menjadi tanggung jawab seluruh element masyarakat, pemerintah desa dan yang lebih pentingnya tim *Smart Village* Desa Kedaung. Berdasarkan hasil penelitian maka saran tersebut antara lain yaitu:

1. Bagi Tim *Smart Village* Desa Kedaung harapannya program *Smart Village* dalam sektor ekonomi kreatif ini dapat di informasikan luas tentang manfaat dan kegunaannya di kalangan masyarakat Desa Kedaung.
2. Bagi masyarakat Desa Kedaung, pemasaran digital pada saat ini dijadikan salah satu referensi dalam menyusun strategi pemasaran pada usaha yang dijalankan. Hal ini semakin berkembangnya dunia teknologi informasi dan kecenderungan masyarakat yang suka menggunakan media sosial.
3. Bagi para pengembang usaha yang baru membangun usahanya, coba untuk memasarkan produknya dengan menggunakan media internet menurut penulis setelah diadakannya pelatihan serta pembinaan ini, penerapan *Online Marketing*, sangat bermanfaat untuk menunjang, mengenalkan produk kepasar yang lebih luas.

Bagi Aparatur Pemerintah Desa Kedaung, monitoring harus selalu berjalan guna untuk memantau peningkatan serta penurunan bagi masyarakat yang berjualan di pasar *Online* Desa Kedaung.