

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pemberdayaan pemuda berbasis digital marketing adalah suatu upaya dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat untuk lebih sejahtera. Selama ini strategi pemberdayaan berbasis teknologi yang telah banyak dilakukan namun tidak ada keberlanjutan. Terlebih, pelatihan-pelatihan yang dilakukan oleh berbagai instansi sering kali hanya tertuju pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengusaha desa menggunakan metode pemberdayaan dengan melatih pemuda desa yang memiliki niat belajar dengan sistem pelatihan secara individualis. Strategi yang digunakan dengan cara memanfaatkan digital marketing melalui aplikasi TikTok. Adanya home industry di Desa Panusupan memberikan dampak positif yang sangat memberikan pengaruh bagi pemuda di Desa Panusupan dalam aspek sosial dan ekonomi.

B. Rekomendasi

1. Bagi Penelitian

Penelitian selanjutnya dapat mengkaji terkait efektivitas perjanjian kontrak dalam pemberdayaan pemuda, khususnya dalam menjaga loyalitas pemuda terhadap usaha tanpa menghambat kemandirian dalam berwirausaha. Selain itu, untuk selanjutnya dapat diteliti terkait strategi yang lebih optimal dalam menciptakan keseimbangan antara pemberdayaan dan potensi persaingan usaha di masa depan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi bagi pengembangan penelitian dimasa mendatang.

2. Bagi Pemilik Usaha

Hendaknya pemilik usaha membuat perjanjian kontrak bagi pemuda yang telah bermitra. Hal tersebut bertujuan mencegah pemuda langsung membuka usaha sendiri yang berpotensi menjadi pesaing. Kontrak dapat mencakup masa kerja

minimum dan batasan mendirikan usaha serupa dalam jangka waktu tertentu, sehingga pemberdayaan yang dilakukan tetap berjalan tanpa menimbulkan persaingan dini.

