# BAB V
# SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

## 5.1. Simpulan

Berdasarkan pada temuan dan pembahasan penelitian tentang media pemasaran berbasis *website* untuk produk *teahing factory* di SMKN 1 Pacet, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1) Proses pengembangan media pemasaran berbasis *website* untuk produk *teaching factory* SMKN 1 Pacet terdiri dari; (1) *Requirement Analysis*, yaitu penentuan kebutuhan *hardware* dan *software* yaitu; laptop dan *smarthphone*, serta komponen dalam pembuatan *website* yaitu isi konten setiap *page* yang ada; (2) *System Design*, yaitu pembuatan *storyboard* sebagai acuan pengembangan media pemasaran; (3) *Implementation*, yaitu penerapan *storyboard* menjadi program sekaligus pengujian *black box* dan secara keseluruhan media pemasaran lolos uji; (4) *Integration and Testing*, yaitu dilakukan validasi ahli media dan ahli pemasaran, selain itu juga di lakukan perbaikan sesuai saran ahli; (5) *Deployment of System*, yaitu penyebaran program atau *website* kepada *user* sekaligus responden untuk mengetahui respon pengguna; (6) *Maintenance*, perbaikan yang di lakukan dari saran responden dengan pertimbangan dari ahli. Media pemasaran direvisi sesuai dengan saran yang diberikan, sampai menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan saran. Hasil produk berupa media pemasaran berbasis *website* untuk produk *teaching factory*.
2) Hasil uji kelayakan dari validator ahli media dan ahli pemasaran terhadap media pemasaran yang dirancang memperoleh persentase 79,69% dan 72,92% termasuk kedalam kategori Layak untuk ahli media dan ahli pemasaran. Kemudian media direvisi sesuai dengan saran dari ahli media dan ahli pemasaran. Selanjutnya dilakukan penilaian respon pengguna media pemasaran yang dilakukan oleh responden, hasil respon pengguna media pemasaran memperoleh persentase kelayakan sebesar 82,35%. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa media pemasaran berbasis *website* untuk produk *teaching factory* SMKN 1 Pacet sangat layak untuk digunakan pada kegiatan *marketing promotion*.

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

### 5.2.1 Implikasi

Berdasarkan temuan dan pembahasan penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa implikasi, yaitu:

a. Media pemasaran berbasis *website* untuk pemasaran produk dapat digunakan pada proses pemasaran produk *teaching factory* yang digunakan secara *online*.
b. Jangkauan pasar dapat menjadi lebih luas karena pemasaran dilakukan secara *online* sehingga konsumen dapat mengetahui informasi produk secara *online*. Akan tetapi diperlukan publikasi lebih besar untuk dapat menyebarluaskan *website* yang ada sehingga diketahui lebih banyak masyarakat umum.
c. Penjualan produk dapat dilakukan secara *online*, namun prosesnya masih manual melalui *contact person* dan belum dapat melayani pembayaran secara otomatis.
d. Media pemasaran berbasis *website* telah memiliki fitur yang terbilang cukup lengkap, akan tetapi ada fitur yang memerlukan *upgrade* akun terlebih dahulu seperti fitur pembayaran secara *online*.
e. Media pemasaran yang ada sudah memiliki informasi mengenai produk, akan tetapi informasi masih memiliki kekurangan.
f. Produk *teaching factory* yang sudah ada sangat berpotensi pada dunia perdagangan, akan tetapi *teaching factory* belum memaksimalkan pengelolaan, penjualan, data *teaching factory* dan seluruh aspek menyangkut *teaching factory*.

### 5.2.2 Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa hal yang dapat direkomendasikan, yaitu:

a. Bagi Guru Mata Pelajaran Produktif, sebaiknya guru mata pelajaran produkif di program keahlian Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian menggunakan media pemasaran berbasis *website* untuk pemasaran produk *teaching factory*, disamping pemasaran yang dilakukan secara *offline*, sehingga kegiatan pemasaran dapat menjangkau pasar yang lebih

luas dan mengenalkan siswa untuk berwirausaha dengan memanfaatkan teknologi.

b. Bagi Penanggung Jawab Pemasaran *Teaching Factory*, untuk beberapa produk yang dihasilkan bersifat mudah rusak dan memiliki masa simpan yang cukup singkat, sehingga produk dengan pemasaran secara *online* perlu dibatasi berdasarkan pengiriman secara lebih spesifik sehingga produk yang diterima konsumen dapat terjaga kualitasnya. Selain itu berdasarkan analisis saran responden untuk menambah kepercayaan.

c. Bagi Pemegang Media Pemasaran, sebaiknya dilakukan upgrade *website* domain *wix* ke premium, sehingga *website* dapat disertai dengan layanan otomatis yang terhubung dengan bank sehingga konsumen bisa dengan mudah melakukan pembayaran secara *online*. Selain itu diharapkan menjaga website dari berbagai ancaman seperti virus dan pencurian data konsumen secara berkala sebagai pelaksanaan dari *maintenance* (perawatan).