

## **BAB V**

### **SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan pada temuan penelitian dan pembahasan tentang media komunikasi berbasis *website* untuk pemasaran produk *teahing factory* di SMKN 2 Subang pada program keahlian Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian, dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Proses perancangan media komunikasi berbasis *website* untuk pemasaran produk *teahing factory* jurusan APHP di SMKN 2 Subang terdiri dari; (1) *analysis* yakni analisis masalah, kebutuhan, serta potensi yang dimiliki; (2) *design*, yakni proses perancangan produk untuk memenuhi kebutuhan, (3) *development*, yakni proses penghimpunan informasi dan disusun menjadi *story board*; (4) *implementation*, yakni proses realisasi *story board* kedalam bentuk nyata yang diterbitkan dalam bentuk *website* yang dapat diakses secara *online*; (5) *evaluation*, yakni kegiatan evaluasi yang berisi validasi yang dilakukan oleh ahli *website* dan ahli pemasaran dan penilaian kelayakan *website* pemasaran produk *teaching factory* oleh responden ditinjau dari aspek perangkat lunak dan pemasaran. Kemudian direvisi sesuai dengan saran yang diberikan, sampai menghasilkan produk akhir yang sesuai dengan saran. Hasil produk berupa media komunikasi berbasis *website* untuk pemasaran produk *teaching factory*.
- 2) Hasil validasi ahli *website* dan ahli pemasaran terhadap media yang dikembangkan memperoleh persentase 98,13% dan 87,5% termasuk kedalam kategori “Layak”. Kemudian media yang dikembangkan direvisi sesuai dengan saran dari ahli *website* dan ahli pemasaran. Selanjutnya dilakukan penilaian kelayakan media yang dikembangkan oleh responden, hasil kelayakan pada aspek perangkat lunak dan aspek pemasaran memperoleh persentase kelayakan sebesar 80,08% dan 76,38% termasuk kedalam kategori “Layak”. Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa media komunikasi berbasis *website* untuk pemasaran produk *teaching factory* layak untuk digunakan pada kegiatan *marketing promotion*.

**Siti Nurmilah, 2018**

**PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI BERBASIS WEBSITE UNTUK PEMASARAN PRODUK TEACHING FACTORY**

**DI SMK NEGERI 2 SUBANG**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

## 5.2 Implikasi dan Rekomendasi

### 1) Implikasi

- a. Media komunikasi berbasis *website* untuk pemasaran produk *teaching factory* dapat digunakan pada proses pemasaran produk *teaching factory* secara *online*.
- b. Jangkauan pasar dapat menjadi lebih luas karena pemasaran dilakukan secara *online* sehingga konsumen dapat mengetahui informasi produk secara *online*.
- c. Penjualan produk dapat dilakukan secara *online*, namun prosesnya masih manual melalui *administrator* dan belum dapat melayani pembayaran secara otomatis.

### 2) Rekomendasi

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

#### a. Bagi Guru Mata Pelajaran Produktif

Sebaiknya guru mata pelajaran produktif di program keahlian Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian menggunakan media komunikasi berbasis *website* untuk pemasaran produk *teaching factory* secara *online*, 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 Manager *Teaching Factory*

Produk yang dihasilkan bersifat mudah rusak dan memiliki masa simpan yang cukup singkat, sehingga produk dengan pemasaran secara *online* perlu dibatasi berdasarkan wilayah pengiriman secara lebih spesifik sehingga produk yang diterima konsumen dapat terjaga kualitasnya. Selain itu berdasarkan hasil analisis komentar responden untuk menambah kepercayaan dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian, dapat dilakukan hal berikut; (1) melengkapi informasi produk seperti nilai gizi dan manfaat yang dicantumkan pada kemasan produk, (2) penambahan jenis produk yang diproduksi pada pembelajaran *teaching factory*.

#### c. Bagi Administator

Siti Nurmilah, 2018

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI BERBASIS *WEBSITE* UNTUK  
PEMASARAN PRODUK *TEACHING FACTORY*

DI SMK NEGERI 2 SUBANG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |  
perpustakaan.upi.edu

Sebaiknya dilakukan *upgrade website* pada layanan premium, sehingga *website* dapat disertai dengan layanan transaksi otomatis yang terhubung dengan bank sehingga pelanggan dapat dengan mudah melakukan pembayaran. Selain itu berdasarkan hasil analisis komentar responden untuk menambah kepercayaan dan menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian dapat dilakukan penambahan gambar baru yang lebih menarik dari segi *layout* foto, teknik pengambilan gambar, dan proses *editing*.

Siti Nurmilah, 2018

PERANCANGAN MEDIA KOMUNIKASI BERBASIS *WEBSITE* UNTUK  
PEMASARAN PRODUK *TEACHING FACTORY*

DI SMK NEGERI 2 SUBANG

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) |  
[perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)