

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, diketahui bahwa PT. United Tractors Tbk, Cabang Semarang belum memiliki katalog digital sebagai media promosi, sehingga tim *broadcasting* harus melakukan kunjungan secara langsung untuk memperkenalkan produk kepada calon pelanggan. Selain itu, perusahaan juga menghadapi persaingan dari kompetitor luar negeri, khususnya dari Tiongkok, yang cukup agresif dalam strategi pemasarannya. Oleh karena itu, dirancanglah katalog digital 3D berbasis *augmented reality* guna mendukung efektivitas promosi. Dari proses perancangan tersebut, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi *augmented reality* pada Katalog Digital 3D, dibuat sebagai media promosi interaktif yang inovatif dan efektif dalam menyampaikan informasi produk secara visual. Teknologi ini mempermudah pengguna dalam melihat spesifikasi dan bentuk produk secara 3D tanpa harus lihat unit fisiknya secara langsung.
2. Pembuatan katalog digital 3D dilakukan dengan tujuan untuk memudahkan dalam kegiatan promosi pada *product line*, khususnya dalam menjangkau calon pelanggan secara digital. Dengan fitur interaktif seperti rotasi dan zoom, dapat memberikan pengalaman yang lebih informatif dan menyenangkan bagi pengguna.
3. Pembuatan katalog digital ini melibatkan proses yang terstruktur, mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi.
4. Hasil karya kemudian digunakan secara langsung di lapangan oleh klien. Katalog digunakan dalam mempromosikan *product line* kepada pelanggan.
5. Meskipun publikasi katalog digital ke website resmi perusahaan tidak dapat direalisasikan karena adanya kendala internal, solusi alternatif dilakukan adalah dengan membuka akses melalui link eksternal dan *QR Code* agar tetap dapat digunakan oleh pihak eksternal.

6. Berdasarkan evaluasi mitra dan hasil kuesioner pelanggan, mayoritas respon dari pihak klien dan pelanggan klien memberikan tanggapan positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa katalog digital 3D yang dibuat memenuhi tujuan dan kebutuhan promosi klien.
7. Kedepannya, potensi pengembangan *augmented reality* terbuka sangat luas dengan opsi integrasi ke berbagai platform digital, seperti *website* perusahaan, aplikasi mobile khusus.
8. Keberlanjutan penggunaan teknologi *augmented reality* pada katalog digital 3D PT. United Tractors Tbk, Cabang Semarang bergantung pada konsistensi pembaruan konten, kemudahan akses, dan dukungan dari tim internal.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan pada saat pembuatan katalog digital 3D, tentunya terdapat ketidaksempurnaan karya yang telah dibuat. Maka dari itu, penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan evaluasi di masa yang akan datang, yaitu:

5.2.1 Untuk Perusahaan

Menerapkan katalog digital berbasis *augmented reality* sebagai standar promosi dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam hal efisiensi, inovasi, dan daya tarik visual. Dengan memanfaatkan teknologi ini, PT. United Tractors Tbk, Cabang Semarang tidak hanya mampu menyampaikan informasi produk secara lebih interaktif dan menarik, tetapi juga dapat memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

5.2.2 Untuk Mahasiswa Selanjutnya

Sebagai pengembangan lebih lanjut, mahasiswa disarankan untuk mengeksplorasi dan menerapkan teknologi *markerless augmented reality* dalam pembuatan katalog digital. Teknologi tersebut memungkinkan pengguna untuk memvisualisasikan objek 3D tanpa memerlukan *marker* fisik, sehingga memberikan pengalaman yang lebih praktis dan modern. Melalui pengembangan ini, mahasiswa tidak hanya memperluas wawasan teknologinya, tetapi juga meningkatkan relevansi karya dengan tren industri digital yang semakin maju.

5.2.3 Untuk Pengembangan Karya

Disarankan untuk langkah pengembangan karya selanjutnya, untuk mengintegrasikan katalog digital dengan aplikasi *mobile* guna meningkatkan aksesibilitas dan kemudahan penggunaan bagi pengguna.

\