

2. Pada proses mendesain, penulis sempat mengalami kesulitan dalam mencari font yang dapat di customisasi bentuknya agar dapat timbul untuk digunakan sebagai *heading* pada booklet. Kemudian penulis mencoba untuk menjelajahi lebih dalam terkait fitur-fitur pro yang disediakan oleh Canva, sehingga penulis dapat menemukan fitur dan font yang diinginkan dalam fitur TypeExtrude.

#### 4.3.3.7 Biaya Pembuatan

Tabel 4.3 Biaya Pembuatan e-booklet

| No                       | Jenis Pengeluaran                | Jumlah | Harga (Rp) |
|--------------------------|----------------------------------|--------|------------|
| 1                        | Domain my.id (selama satu tahun) | 1      | 1.000.000  |
| 2                        | Canva Pro                        | 1      | 30.000     |
| <b>Total Pengeluaran</b> |                                  |        | 1.030.000  |

Terdapat perbedaan antara rancangan anggaran dengan total pengeluaran dalam proses pembuatan *e-booklet* ini. Perbedaan tersebut muncul karena adanya beberapa penyesuaian yang dilakukan pada tahap pascaproduksi, baik dari segi kebutuhan teknis maupun permintaan tambahan dari pihak klien.

Pada tahap awal, rancangan anggaran disusun berdasarkan estimasi kebutuhan produksi yang meliputi biaya perancangan desain menggunakan Canva Pro, dan penyusunan konten melalui fliphtml5 saja. Namun, dalam pelaksanaannya, total pengeluaran mengalami peningkatan akibat adanya penggunaan *custom domain* yang sebelumnya tidak tercantum dalam rencana anggaran awal. Meskipun demikian, perbedaan biaya tersebut dapat dipertanggungjawabkan, karena perubahan dilakukan untuk meningkatkan kualitas akhir *e-booklet* agar lebih sesuai dengan identitas perusahaan dan kebutuhan audiens sasaran.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dalam projek tugas akhir yang berjudul “Produksi *E-Booklet* Sebagai Salah Satu Upaya Meningkatkan *Product Knowledge* Indibiz Pada Pelaku Usaha (UMKM) Di Kota Semarang” penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Indibiz merupakan penyedia layanan internet dan produk digital yang dikembangkan untuk mendukung kebutuhan bisnis, khususnya bagi Pelaku Usaha (UMKM). Berdasarkan hasil survei pertama yang dilakukan oleh penulis, diketahui bahwa sebanyak 74% responden menjawab belum mengetahui terkait layanan Indibiz di Kota Semarang secara menyeluruh. Kondisi ini mengindikasikan bahwa strategi promosi yang telah dilaksanakan sebelumnya belum sepenuhnya efektif dalam menyampaikan informasi produk secara komprehensif kepada audiens sasaran. Maka dari itu, diperlukan media komunikasi alternatif yang lebih terstruktur, menarik, serta mudah diakses, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan lebih baik oleh pelaku UMKM sebagai target utama.
2. Hasil akhir dari *project* tugas akhir ini adalah *e-booklet* ”Indibiz Inside” lima bagian utama. Pertama, bagian “*Kenapa Indibiz untuk Pelaku Usaha (UMKM)?*” yang menjelaskan urgensi dan relevansi pemanfaatan layanan Indibiz bagi UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis. Kedua, bagian “*Ragam Produk dan Layanan Indibiz*” yang menyajikan informasi detail terkait solusi digital dan layanan konektivitas yang ditawarkan. Ketiga, bagian “*Testimoni*” yang menampilkan pengalaman nyata dari pelanggan sebagai bentuk penguatan kredibilitas dan kepercayaan audiens. Keempat, bagian “*FAQ*” yang memuat pertanyaan-pertanyaan umum beserta jawabannya, sehingga membantu pembaca memahami produk dengan lebih mudah. Kelima, bagian “*Materi Pelatihan Seputar Digital Marketing & Foto Produk*” yang memberikan nilai tambah berupa wawasan praktis untuk mendukung peningkatan kapasitas digital para pelaku UMKM. Dengan komposisi tersebut, *e-booklet* tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media *product knowlegde* yang mampu mendukung peningkatan pengetahuan dan literasi digital bagi target audiens.

3. Berdasarkan hasil *post-reading questionnaire*, indikator pemahaman responden terhadap Indibiz melalui *e-booklet* belum sepenuhnya tercapai, karena hanya 83,3% responden yang mampu memahami isi *e-booklet* secara optimal dari target 90% yang telah ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian *product knowledge* melalui *e-booklet* masih memerlukan peningkatan, terutama pada aspek pemahaman isi produk yang menjadi fokus utama dari penyusunan media ini.
4. Dari sisi lain, pemanfaatan *e-booklet* sebagai media penyampaian *product knowledge* terbukti memberikan sejumlah kemudahan, khususnya pada aspek aksesibilitas, karena memungkinkan audiens memperoleh informasi secara praktis dan fleksibel melalui perangkat digital. Hal ini diperkuat dengan hasil penelitian penulis yang menunjukkan bahwa 83% responden menilai *e-booklet* mudah diakses. Selain itu, dari aspek desain, sebanyak 87,1% responden menyatakan bahwa *e-booklet* mampu menghadirkan tampilan visual yang menarik, sehingga tidak hanya meningkatkan minat baca, tetapi juga memperkuat efektivitas penyampaian pesan yang ingin disampaikan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka terdapat saran yang diberikan penulis :

1. Pada aspek konten, disarankan agar penyajian materi dibuat lebih ringkas, sederhana, dan komunikatif sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh pelaku UMKM dengan berbagai tingkat literasi digital. Penambahan ilustrasi, infografis, maupun diagram interaktif juga perlu dipertimbangkan untuk memperkuat daya tarik visual sekaligus membantu memperjelas informasi yang disampaikan.
2. Indibiz disarankan untuk melakukan evaluasi secara berkala melalui survei kepuasan pembaca, sehingga dapat mengidentifikasi kelebihan maupun kekurangan *e-booklet* serta melakukan penyempurnaan yang berkesinambungan.
3. *E-booklet* “Indibiz Inside” berpotensi untuk dimanfaatkan dalam berbagai kegiatan atau *event offline*, sehingga calon pelanggan dapat memperoleh penjelasan secara langsung. Dengan demikian, informasi yang disampaikan melalui *e-booklet* dapat lebih mudah dipahami dan memberikan pengalaman komunikasi yang lebih efektif.