

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan dari fokus penelitian dan uraian analisis yang peneliti telah paparkan di tiap-tiap bab, maka penulis dapat menarik simpulan terkait dengan fokus penelitian diantaranya :

1. Penerapan komunikasi bisnis dalam upaya menarik minat pembeli Angkringan Khas Djogja Pakde Toro yang dilakukan adalah menerapkan *promotional communication* dengan menggunakan media promosi bisnis, antara lain : media cetak (banner), media sosial facebook dan komunikasi dari mulut ke mulut sebagai media promosi. Tetapi dari ketiga upaya dalam menarik minat pembeli, gaya komunikasi dari mulut ke mulut yang paling efektif, karena pesan yang disampaikan dari satu orang ke orang yang lain terus ditularkan kepada banyak orang tentang kehebatan dan banyak keunggulan dari produk dan layanan yang ditawarkan oleh Angkringan Khas Djogja Pakde Toro.

Komunikasi yang dilakukan berawal dari sebuah percakapan kecil dari karyawannya dengan pembeli yang datang, seputar promosi gratis makan kepada beberapa pembeli tertentu waktu awal Angkringan Khas Djogja Pakde Toro di perkenalkan, tetapi dengan catatan esoknya ketika kembali membeli membawa teman yang lebih banyak. Cara ini dinilai

efektif karena pembeli yang datang akan semakin bertambah dengan adanya informasi dari satu orang ke orang yang lain. Sehingga banyak jumlah pengunjung yang setiap harinya datang ke Angkringan Khas Djogja Pakde Toro, bahkan ada beberapa pembeli dari luar kota Surabaya juga ikut menikmati makanan khas kota Yogyakarta ini.

2. Upaya yang dilakukan Angkringan Khas Djogja Pakde Toro dalam menarik minat pembeli yaitu dengan mempertahankan cita rasa masakan khas Yogyakarta dan mengadakan *live music* pada hari sabtu-minggu. Sementara itu, makanan yang menjadi favorit pembeli adalah nasi kucing dan baceman tempe-tahu. Makanan yang memiliki rasa manis bercampur dengan rasa gurih dan rasa pedas merupakan ke khasan masakan kota Yogyakarta. Sedangkan dari minuman yang menjadi favorit pembeli adalah kopi areng/joss. Kopi joss ini merupakan kopi yang dicelup dengan arang panas yang dan arang yang dipakai berasal dari kota Yogyakarta, sehingga memiliki cita rasa yang khas dan unik.

Selain itu, dengan diadakannya *live music* dengan lantunan lagu campursari dan keroncong menambah suasana kota Surabaya pada malam hari seperti suasana di kota Yogyakarta. Sehingga banyak pembeli yang datang dan merasa nyaman saat menikmati menu yang disediakan.

B. Rekomendasi

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bagi Program Studi Ilmu Komunikasi dapat dijadikan wacana untuk mengembangkan materi

tentang periklanan (*advertising*) khususnya yang membahas tentang media website dan apapun *content-content* yang ada di dalamnya. Selain itu, juga pemanfaatan media web sebagai salah satu sarana promosi yang efektif dan efisien sebuah instansi maupun perusahaan. Sehingga, ke depannya pembelajaran seputar *advertising* dapat memiliki kompetensi yang bermutu baik.

2. Bagi Angkringan Khas Djogja Pakde Toro sebagai perusahaan yang menjadi lokasi penelitian, diharapkan dapat menjadi masukan yang positif untuk mengembangkan usaha kulinernya dengan memperhatikan peluang-peluang yang ada dan menggunakan media promosi online maupun media cetak secara maksimal dalam upaya menarik minat pembeli. Sehingga ke depannya, jumlah pembeli yang datang semakin bertambah dan berdampak bagi berkembangnya usaha kuliner ini.
3. Bagi masyarakat dan khususnya pembaca dapat mendorong melakukan penelitian selanjutnya agar hasil penelitian ini dapat di-*compare* dengan penelitian lain yang sejenis, sehingga pembahasan mengenai upaya menarik pembeli dapat semakin akrab di telinga masyarakat khususnya sebagai strategi promosi untuk produk maupun jasa.
4. Untuk yang terakhir, bagi Fakultas Dakwah sebagai salah satu institut islam yang ada di kota Surabaya, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan khazanah keislaman di fakultas dakwah khususnya di bidang ilmu komunikasi minat studi *advertising*.