

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan bab terdahulu telah menjelaskan tentang gambaran umum lokasi penelitian, profil bisnis fashion, proses komunikasi bisnis butik hilly hijab terhadap konsumen, pesan komunikasi bisnis butik hilly hijab terhadap konsumen, serta media yang digunakan butik. Untuk meneruskan dari bab IV maka bab V akan menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam mewawancarai owner Butik hilly hijab dan para konsumen butik hilly hijab yang sesuai hal ini penulis dapat menyimpulkan:

1. Bagi pelaku bisnis setiap usaha yang didirikan tentunya memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan sehingga usaha tersebut dapat memperoleh pendapatan guna menjaga kestabilan dan keberlangsungan usaha di masa yang akan datang. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan adalah dengan menerapkan komunikasi bisnis dalam proses kegiatan usaha. Pentingnya komunikasi bisnis dalam membangun usaha yaitu agar bisa menarik konsumen atau pelanggan untuk membeli produk.

Seperti halnya yang dilakukan oleh Deaisy dalam mempromosikan dan menjual produk pakainnya yang ia produksi sebagai penjual ia sangat mengetahui strategis-

strategis dalam memikat konsumen atau pelanggan. Dimulai dari harga, bahan dan jahitannya harus berkualitas. Penerapan proses komunikasi bisnis Butik Hilly Hijab terhadap konsumennya dengan baik. beberapa unsur dalam model Laswell yaitu sumber, pesan, saluran/media, penerima dan efek.

Sumber (*source*), sering disebut juga pengirim (*sender*), penyandi (*encoder*), komunikator (*communicator*), pembicara (*speaker*), atau *originator*. Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber boleh jadi seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara. Dalam hal ini, sumber adalah butik hilly hijab. Dengan butik hilly hijab ia berusaha menyusun strategi dalam memperkenalkan dan memasarkan produknya baik secara harga maupun kualitas. Hal ini dalam model Laswell disebut dengan pesan, yaitu apa yang dikomunikasikan oleh sumber kepada penerima.

Proses komunikasi Butik Hilly hijab di mulai dari komunikasi antara seller dan buyyer dengan menggunakan komunikasi yang baik dan kesepakatan bersama, antara penjual dan pembeli.

Kemudian adanya pesan komunikasi yang disampaikan oleh penjual kepada konsumen melalui bahasa yang berbentuk informasi, edukatif serta informatif antara owner, karyawan dan juga pembeli. Serta adanya media komunikasi bisnis yang di lakukan oleh penjual kepada konsumen atau

pelanggan seperti memposting di akun media sosial, instagram, whatsapp group, mouth to mouth,serta media papan nama butik hal ini agar menarik pelanggan agar membeli ke butik yang sedang ia geluti.

2. Pesan dalam komunikasi bisnis harus sesuai dengan unsur-unsur komunikasi bisnis serta tak terlepas dari pola intraksi yang sesuai di harapkan pelanggan atau masyarakat. Serta bisa mempromosikan produk nya dengan memanfaatkan media sosaial agar bisnis yang ia jalani bisa dikenal oleh khalayak banyak (masyarakat) di dunia maya.
3. Dalam berbisnis tentunya ada hambatan hambatan tersenut baik dari pihak internal maupun eksternal. Hambatan internal yaitu hambatan dalam proses penyampaian yakni pada *medium barrier* (media atau alat). Kurangnya pengetahuan akan penggunaan teknologi sehingga menyulitkan deausy melakukan promosi melalui media sosial. Padahal penggunaan media sosial akan sedikit membantu dalam promosi dan cenderung tidak mengeluarkan biaya besar. Kemudian secara eksternal, terdapat hambatan sosial di masyarakat meningkatnya kenaikan ekonomi

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis menyampaikan saran berikut :

1. Agar bisnis yang digeluti Daesy ini dapat berkembang menjadi lebih besar, ia harus mulai mempromosikan produk

yang diproduksinya melalui beberapa media. Seperti halnya media online maupun media cetak. Perkembangan teknologi informasi dalam menyampaikan informasi produk akan memudahkan Daesy dalam mempromosikan produk fashion miliknya. Sehingga produknya dapat dikenal lebih luas.

2. Kita sebagai makhluk sosial tidak terlepas dari proses komunikasi, termasuk dalam bebisnis komunikasi sangatlah penting agar bisa menarik pelanggan, salah satunya adalah kita sebagai produsen harus menyampaikan informasi kepada komunikan dengan baik dan sopan sesuai dengan etika berbisnis dan berkumuikasi.
3. Bagi pembaca sebaiknya mengambil nilai-nilai positif dalam suatu tulisan atau bacaan agar bermanfaat bagi masyarakat kedepan, komunikasi merupakan salah satu bentuk seseorang agar bisa dihargai oleh masyarakat.

