

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, Sate Taichan Bengawan dapat diketahui bahwa langkah pertama dalam komunikasi efektif adalah mengenal khalayak. Sate Taichan Bengawan memahami keberagaman khalayak dengan penempatan strategis di lokasi fisik yang ramai dan adopsi media sosial sebagai saluran tambahan. Inovasi menu, promosi menarik, dan respons cepat terhadap umpan balik pelanggan menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan persaingan di industri kuliner.

Kemudian, dalam menyusun pesan, Sate Taichan Bengawan menjalankan Bonus berdasarkan omset, reward personal, evaluasi kinerja karyawan, dan keterlibatan dalam acara gathering menunjukkan implementasi strategi komunikasi internal yang kuat. Konsistensi pesan, baik di lokasi fisik gerai maupun media sosial, tercermin dalam keberhasilan peningkatan interaksi pelanggan di media sosial dan penjualan produk. Sate Taichan Bengawan memilih saluran komunikasi dengan bijak, tidak hanya mengandalkan lokasi fisik yang strategis, tetapi juga memanfaatkan media sosial, terutama Instagram. Pemilik aktif terlibat dalam manajemen media sosial, membagikan konten menarik, dan merespons pertanyaan pelanggan. Pedoman merek yang jelas mendukung konsistensi pesan di berbagai saluran komunikasi, menciptakan pengalaman konsisten bagi pelanggan.

Sate Taichan Bengawan menitikberatkan pada display dan menciptakan makna. Penempatan menu yang konsisten di lokasi fisik dan keberlanjutan tersebut menciptakan dampak kognitif positif bagi pelanggan. Sate Taichan Bengawan juga menciptakan makna melalui logo yang mencerminkan cita rasa pedas dan seragam karyawan yang memberikan identifikasi visual dan menggambarkan kebudayaan Indonesia. Model Bisnis Canvas Sate Taichan Bengawan menggambarkan kerjasama dengan key partners, kegiatan utama seperti persiapan bahan baku, hubungan pelanggan, segmen pelanggan yang ditargetkan, sumber daya kunci, saluran distribusi yang efektif, struktur biaya, dan sumber pendapatan yang beragam. Strategi komunikasi Sate Taichan Bengawan berhasil menciptakan

pengalaman konsisten, meningkatkan interaksi pelanggan di media sosial, dan meningkatkan penjualan produk melalui online Grab Food. Dengan memahami keberagaman khalayak, menerapkan strategi komunikasi internal dan eksternal yang kuat, memilih saluran komunikasi dengan bijak, dan menciptakan makna melalui *display*, Sate Taichan Bengawan mampu beradaptasi dengan perubahan tren dan preferensi konsumen, menciptakan loyalitas pelanggan, dan mempertahankan eksistensi bisnisnya.

## **5.2 Saran**

### **5.2.1 Saran akademis**

Peneliti berharap agar kedepannya penelitian ini dapat dikembangkan lebih mendalam dengan menggunakan konsep yang bervariasi dengan objek dan pembahasan yang sejenis maupun berbeda. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya khususnya mengenai strategi komunikasi dalam suatu bisnis, serta dapat diperbaiki kekurangannya.

### **5.2.2 Saran praktis**

1. Perusahaan diharapkan mampu menerapkan strategi komunikasi dengan lebih maksimal lagi agar kegiatan yang dilakukan secara konvensional di Sate Taichan Bengawan berlangsung secara optimal dan dapat memberikan kontribusi penjualan yang semakin meningkat.
2. Perusahaan diharapkan mampu meningkatkan lagi kinerja karyawan pada setiap agar lebih efisien aturan yang ada pada Sate Taichan Bengawan.
3. Perusahaan diharapkan menerapkan konsep Ritual Ibnu Hamad (2006) agar memiliki suatu SOP yang terarah.