

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara efektivitas iklan Tokopedia versi #MulaiAjaDulu terhadap minat berbisnis *online* (Ha diterima). Pengaruh antara efektivitas iklan Tokopedia versi #MulaiAjaDulu dan minat berbisnis *online* dapat dijelaskan melalui poin-poin berikut:

1. Efektivitas iklan Tokopedia versi #MulaiAjaDulu termasuk dalam kategori baik. Terdapat 6 (enam) indikator pesan iklan yang diteliti antara lain ada *Simple*, *Unexpected*, *Persuasive*, *Entertaining*, *Relevant*, dan *Acceptable*. Keenam indikator tersebut seluruhnya berada di kategori baik. Namun, yang paling baik adalah indikator *Simple* dan *Unexpected*. *Simple* dan *Unexpected* memiliki nilai paling tinggi pada variabel Efektivitas Iklan, karena dari 38 responden untuk indikator *Simple* sebanyak 68,4% menyatakan “Sangat Setuju”, 31,6% menyatakan “Setuju”. Hal tersebut menjelaskan bahwa iklan Tokopedia versi #MulaiAjaDulu mudah diidentifikasi untuk memulai berbisnis *online*.
2. Minat berbisnis *online* dari komunitas Jayswalker termasuk dalam kategori yang baik. Terdapat 3 (tiga) indikator minat berbisnis *online* yang diuji antara lain ada Frekuensi, Melakukan/Memiliki Sesuatu dan Usaha yang Dilakukan. Ketiga indikator tersebut seluruhnya berada pada kategori baik. Namun yang paling baik adalah indikator Usaha yang Dilakukan, karena dari 38 responden sebanyak 44,7% menyatakan “Sangat Setuju”, 55,3% menyatakan “Setuju”. Hal tersebut menjelaskan bahwa anggota komunitas

Jayswalker merealisasikan kegiatan berwirausaha dan membuat toko *online*.

3. Efektivitas iklan Tokopedia versi #MulaiAjaDulu berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berbisnis *online* komunitas Jayswalker. Terlihat dari nilai *Sig.* sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai yang dipersyaratkan ($0,000 < 0,05$). Artinya, semakin meningkat kualitas iklan yang ditayangkan oleh Tokopedia maka akan semakin meningkat pula minat berbisnis *online*. Sebesar 27,7% minat berbisnis *online* komunitas Jayswalker dipengaruhi oleh efektivitas iklan Tokopedia versi #MulaiAjaDulu, sedangkan sisanya 72,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat berbisnis *online* komunitas Jayswalker antara lain adalah Efisiensi biaya dan Jangkauan pembeli yang luas.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti setidaknya dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat dan berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta pihak terkait dalam penelitian ini. Maka, saran yang dapat diberikan oleh peneliti yaitu sebagai berikut:

1) Bagi Akademisi

Penelitian mengenai efek dari efektivitas iklan mungkin sudah banyak, namun biasanya hubungan yang diteliti mengenai keputusan membeli produk yang dijual, oleh sebab itu peneliti melakukan uji yang menghasilkan efek lain yang diberikan khalayak massa sebagai penerima pesan iklan. Selain itu, peneliti selanjutnya sebaiknya juga menambahkan variabel lain yang belum tercantum dalam penelitian ini, karena masih terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi minat berbisnis *online*, seperti efisiensi

biaya dan jangkauan pembeli yang luas. Sehingga, model statistik yang akan diperoleh pun akan lebih baik.

2) Bagi Tokopedia

Tokopedia sudah baik dalam membuat dan menayangkan iklan versi #MulaiAjaDulu. Meski dalam taraf baik, peneliti menyarankan agar tayangan iklan harus lebih memperhatikan konten yang ditampilkan agar iklan tidak hanya dapat diterima oleh khalayak tetapi juga dapat mempengaruhi khalayak kepada tindakan yang menguntungkan.

Dalam hal minat berbisnis *online*, diketahui bahwa efektivitas iklan hanya memperoleh hubungan yang rendah dengan minat berbisnis *online*. Oleh karena itu adegan, alur cerita, slogan dan semua konten dalam tayangan iklan perlu meningkatkan daya persuasi dalam iklan yang ditampilkan.