

BAB V

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan telah disimpulkan maka dapat dinyatakan hasil, sebagai berikut:

- 1) Penutupan TikTok Shop sangat berdampak terhadap penjualan dalam *live streaming* Lalada Food yang mencapai kerugian sekitar 60%. Sebelum ditutupnya TikTok Shop omset rata-rata Lalada Food sebesar 250 juta, akan tetapi setelah adanya penutupan TikTok Shop, Lalada Food mengalami kerugian sangat besar sehingga omset yang didapat hanya mencapai angka 31 juta.
- 2) Hasil dari perhitungan manajemen strategi yaitu total IFAS sebesar 3.36 dan total EFAS 3.41. Kemudian dilakukan perhitungan selisih antara kekuatan dengan kelemahan dan peluang dengan ancaman sehingga didapatkan hasil 1.3 untuk selisih kekuatan dengan kelemahan dan -0.37 untuk selisih peluang dengan ancaman yang menghasilkan posisi *live streaming* perusahaan pada kuadran II dengan ketentuan, kekuatan lebih besar dibandingkan kelemahan dan peluang lebih kecil dibandingkan ancaman dengan strategi yang didapat yaitu strategi diversifikasi.
- 3) Strategi *live streaming* yang digunakan Lalada Food selama *live streaming* sebelum dan sesudah TikTok Shop ditutup sebagai berikut:
 - Meningkatkan harga tebus murah dan gratis ongkir
 - Meningkatkan daya tarik *live streamer*
 - Menciptakan *chemistry* yang kuat dengan *customer*
 - Menambah promosi iklan
- 4) Setelah TikTok Shop dibuka kembali strategi *live streaming* tidak berdampak penuh terhadap kenaikan *viewers* dan penjualan.

5.2 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan selanjutnya peneliti menyampaikan beberapa rekomendasi dengan harapan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam penelitian ini. Adapun rekomendasi-rekomendasi yang dapat disampaikan yaitu Lalada Food

perlu menerapkan beberapa strategi untuk melengkapi dan membantu jalannya *live streaming*. Berikut beberapa strategi yang direkomendasikan peneliti dari hasil penelitian terdahulu :

1. Berkolaborasi dengan affiliator TikTok (Ariansyah dkk., 2023).
2. Mengelola acara *live* yang interaktif dan memotivasi konsumen untuk langsung melakukan pembelian (Maharani & Dirgantara, 2023).
3. Pencahayaan yang baik yang dapat meningkatkan kualitas video (Fitriya dkk., 2024)
4. Menggunakan peralatan yang kreatif untuk menghasilkan konten yang kreatif (Fitriya dkk., 2024)
5. Analisis data statistik *live streaming* (Ariansyah dkk., 2023)

Rekomendasi strategi tersebut bertujuan untuk meningkatkan kualitas *live streaming* dan mengatasi risiko-risiko dari ancaman yang didapat oleh Lalada Food, penting bagi perusahaan untuk melakukan *live streaming* dengan menerapkan strategi yang mampu membedakan kualitas *live streaming* dengan yang lain. Untuk penelitian selanjutnya bisa menganalisis mengenai hasil dari implementasi strategi tersebut yang berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan perusahaan.

