

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan pada rumusuan masalah, hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan terhadap PT. Nugraha Suci Indoretail untuk mengetahui Strategi Efektivitas Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Gambaran komunikasi persuasif yang dilakukan karyawan host live streaming dalam meningkatkan jumlah pelanggan di PT. Nugraha Suci Indoretail secara keseluruhan sama dan sudah sesuai *Standar Operasional Prosedur (SOP)* perusahaan bahwa dalam melakukan *live streaming* dengan komunikasi persuasif mereka dapat dikatakan memiliki komunikasi yang baik jika pelanggan yang menonton akhirnya memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan. Setiap karyawan *host live streaming* memiliki keunikannya sendiri dalam berkomunikasi dan itu menjadi poin tambahan yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pelanggan di PT. Nugraha Suci Indoretail cukup beragam. Utamanya pada divisi CRM yang menjembatani komunikasi antar pelanggan. Jika di urutkan faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pelanggan yaitu 1) CRM, 2) Campaign, 3) Discount, 4) Loyalty Card, 5) Live Streaming.
3. Secara keseluruhan efektivitas komunikasi persuasif dalam meningkatkan jumlah pelanggan masih belum dikatakan optimal meskipun upaya yang dilakukan sudah sesuai dengan pendekatan yang efektif. Keduanya memiliki perbedaan yang cukup signifikan dan sampai saat ini Shopee masih lebih unggul daripada Tiktok.
4. Dari hasil analisis SWOT, IFAS, dan EFAS menunjukkan bahwa PT. Nugraha Suci Indoretail dapat menggunakan rekomendasi Strategi agresif yang berada pada kuadran I, yaitu dengan memaksimalkan

kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada (SO - Strength Opportunity) guna meningkatkan jumlah pelanggan.

5.2. Saran

Adapun saran yang direkomendasikan oleh penulis, diantaranya sebagai berikut:

1. Melihat gambaran komunikasi persuasif yang dilakukan oleh karyawan *host live streaming* di PT. Nugraha Suci Indoretail secara umum dirasa sudah diterapkan dengan baik dan sudah sesuai *Standar Operasional Prosedur (SOP)* perusahaan. Maka penulis menyarankan untuk fokus pada sasaran yang masih belum maksimal dalam meningkatkan jumlah pelanggan seperti halnya pada media Tiktok agar setara dengan Shopee. Selain itu perlu diperhatikan lebih lanjut untuk karyawan *host live* yang sering membahas topik di luar pekerjaan pada saat sedang *live streaming*, karena fokus dan tujuan utamanya adalah untuk menjual produk.
2. Baik perusahaan maupun karyawan harus kolaboratif dalam menganalisis faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi peningkatan jumlah pelanggan yang signifikan. Khususnya agar pelanggan semakin tertarik dengan apa yang perusahaan tawarkan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, jika ada yang akan melakukan penelitian ini agar dapat meneliti strategi efektivitas komunikasi persuasif dalam meningkatkan jumlah pelanggan dengan lebih mendalam dan informan yang lebih banyak lagi agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih mendalam tentang strategi efektivitas komunikasi persuasif dalam meningkatkan jumlah pelanggan di perusahaan.