

BAB V

KESIMPULAN & SARAN

Pada bab ini, dibahas kesimpulan berdasarkan hasil penelitian serta saran bagi *seller*, terutama *seller* pemula yang ingin memulai berjualan secara *online* melalui TikTok Live

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, berikut adalah beberapa kesimpulan yang bisa didapatkan:

1. Terdapat 2 faktor dari gaya berjualan kreatif melalui *platform* TikTok Live yaitu keahlian dan fitur TikTok. Diantara kedua faktor ini, fitur TikTok menjadi faktor yang paling kuat dalam mendukung terciptanya gaya berjualan kreatif. Kelebihan dari *platform* TikTok Shop dan TikTok Live yaitu penggabungan fitur interaksi dan fitur *marketplace* menjadikan *seller* yang dapat berjualan secara kreatif.
2. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa gaya berjualan kreatif seorang *seller* memberikan dampak positif terhadap *engagement*, *s-WOM intention*, dan *purchase intention* dari calon pembeli yang menonton TikTok Live. *Purchase intention* merupakan dampak positif paling kuat diantara dampak lainnya yang disebabkan oleh gaya berjualan kreatif. Hal ini menjadi menarik karena dampak ini pastinya adalah dampak yang paling diinginkan oleh *seller*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diolah, peneliti bermaksud memberikan saran bagi *seller*/pemilik usaha yang ingin berjualan melalui TikTok Live dan untuk penelitian selanjutnya.

5.2.1 Seller, Pemilik Usaha, UMKM pada TikTok Live

Baik *seller*/pemilik usaha/UMKM yang ingin menggunakan TikTok Live harus belajar untuk mempersiapkan diri dan memiliki keahlian seperti keahlian

dalam berbicara, mengetahui dan mendalami *product knowledge* untuk dapat meyakinkan dan menjual. Hasil penelitian juga menunjukkan seller dianggap ahli bila sudah memiliki pengalaman dalam menjual sehingga pemilik usaha harus mengutamakan karyawan yang berpengalaman dalam menjual produk/jasa. Antusiasme yang tinggi saat menawarkan produk/jasa serta dapat menjawab pertanyaan calon pembeli dengan cepat dan tepat juga membuat seller terlihat lebih ahli. Selain itu, menjadi penting untuk *seller* memiliki pengetahuan yang baik akan TikTok dan fitur yang tersedia pada aplikasi TikTok seperti contohnya fitur *live comment*, fitur bagi-bagi voucher, fitur keranjang kuning, fitur *hot/best seller*, dan fitur pin atau sematkan produk. Menjadi penting juga untuk dicatat bahwa setiap *seller* melakukan *live*, itu akan menjadi pengalaman dan tolak ukur bagi *seller* untuk menjadi lebih baik lagi pada *live* berikutnya.

Untuk menjadi *seller* yang memiliki gaya berjualan kreatif dan dapat menarik calon *customer*, tidak diperlukan sensasi atau hal yang membuat *seller* terlihat terkenal dan kredibel. Jika *seller* memang ahli dalam mengetahui produk yang ditawarkan serta *platform* TikTok Live yang digunakan, *customer* akan tertarik dengan gaya berjualan kreatif *seller* dan kesempatan untuk calon pembeli melakukan pembelian akan jauh lebih tinggi melihat dampak terbesar dari gaya berjualan kreatif adalah *purchase intention* atau intensi untuk membeli. Tidak hanya mempunyai intensi untuk membeli, *seller* juga dapat mendapatkan rekomendasi melalui s-WOM yang dilakukan oleh calon pembeli dan pembeli serta mendapatkan *engagement* yang baik sehingga akan menjadi *seller* yang dikenal tanpa harus berusaha untuk membangun kredibilitas dan ketenaran. Gaya berjualan kreatif yang disukai oleh viewers berdasarkan hasil penelitian dapat dilakukan melalui diskon, penggunaan slogan/jargon yang diulang-ulang, serta memberikan solusi dengan cepat dan tepat. Berdasarkan hasil observasi, responden akan membicarakan seller jika seller mempunyai ciri khas yang unik seperti contohnya Meyden (dengan ciri khas suka misuh dan malas-malasan), Kak Jil (dengan ciri khas slogan yang diulang-ulang).

5.2.2 Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini menggunakan sudut pandang *customer* untuk meneliti faktor-faktor yang dilihat oleh *customer* membantu *seller* dalam berjualan secara kreatif.

Pada umumnya, *customer* melihat apa yang bisa dirasakannya. Akan tetapi, *seller* juga mempunyai pandangan tersendiri akan faktor-faktor yang membuat dirinya lebih mudah berjualan secara kreatif. Oleh karena itu, harapan kedepannya penelitian selanjutnya dapat meneliti sudut pandang *seller* sendiri akan apa yang dirasakannya membantu membentuk gaya berjualan kreatif.

Selain hal diatas, penelitian ini juga berfokus hanya pada fitur TikTok Live. Terdapat kemungkinan fitur *live* pada *social commerce* lain memiliki faktor-faktor pembentuk gaya berjualan kreatif yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya juga dapat membahas gaya berjualan kreatif dalam konteks *social commerce* secara umum.

