

BAB V

PENUTUP

Bab ini terdiri dari dua hal pokok yaitu (1) simpulan dan (2) saran. Simpulan berisi rangkuman dari keseluruhan isi penelitian ini. Sementara itu, saran berisi hal-hal yang perlu diperhatikan untuk penelitian lanjutan. Berikut ini pemaparan dari kedua hal tersebut.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, penulis mendapatkan kesimpulan terkait dengan strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membantu UMKM di masa pandemi *Covid-19* yang tertuang pada bab akhir skripsi ini sebagai berikut

1. Adanya tiga pilar utama yakni *traffic*, *conversion*, dan *engagement* sejalan terhadap *fitur* Shopee *Live* yang mana meningkatkan penjualan di tengah pandemi *Covid-19*. Narasumber pun mengakui hal tersebut yang mana *fitur* *shopee live* dapat dikatakan berhasil membantu UMKM di tengah pandemi.
2. Selain itu *fitur* *shopee live* ini memiliki keunggulan yang mana pembeli dapat melihat dan berdiskusi terkait dengan bentuk barang tersebut. Hal ini juga sejalan dengan komunikasi pemasaran yang mana bermaksud untuk mengajak dan membujuk pembeli untuk berdiskusi dan melihat bentuk barang secara *live streaming*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang telah ditemukan, ada beberapa saran yang dapat diperhatikan. Adapun beberapa saran tersebut sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini membahas tentang strategi komunikasi pemasaran Shopee dalam membantu UMKM di masa pandemi *Covid-19*. Diharapkan untuk

penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan mengkaji topik pembahasan lebih dalam lagi.

5.2.2 Saran Praktis

Strategi komunikasi pemasaran, masih terdapat banyak hal yang belum dibahas dalam penelitian ini. Oleh sebab itu, apabila peneliti lain ingin mengadakan penelitian serupa dapat mengkaji dan mengembangkan lebih baik lagi.