

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan data yang ada dilapangan dan terkonfirmasi dengan teori yang menjelaskan tentang rumusan masalah yang peneliti lakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain, komunikasi pemasaran bagi perusahaan yang bergerak di jasa ekspedisi adalah sangat penting dan sangat berguna pada proses pemasaran dalam PT Anugerah Duta Prima cabang Gorontalo.

1. Strategi komunikasi yang dijalankan oleh PT Anugerah Duta Prima cabang Gorontalo berangkat dari aspek promosi yang belum berjalan efektif, kemudian menciptakan solusi serta menggabungkan strategi tambahan yaitu dengan cara pengoptimalan pemasaran jasa ekspedisi melalui media online, dan pemasaran secara langsung. didalamnya mencakup pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan kepada pegawai dan pegawai kepada pelanggan dan calon pelanggan baru.
2. PT Anugerah Duta Prima cabang Gorontalo memanfaatkan pegawai distributor untuk mendistribusikan barang pesanan pelanggan agar sampai dengan aman dan tepat waktu. Selain itu kedepannya perusahaan dikenalkan kepada calon pelanggan untuk bisa melihat kinerja serta promosi dalam perusahaan jasa ekspedisi, bisa diakses melalui *Website*,

*Facebook* dan *Instagram*. Ini semua digunakan untuk meningkatkan penjualan dan mempermudah pelanggan dalam mengontrol barangnya dengan melihat postingan yang ter update.

3. Pegawai perusahaan memiliki banyak peran dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran, karena mereka bertemu secara langsung dengan pelanggannya, sehingga dapat mengetahui baik atau tidaknya respon yang diberikan pelanggan terkait jasa yang ada di perusahaan Anugerah Duta prima cabang Gorontalo.

## **5.2 Saran**

1. Pihak Perusahaan Jasa Ekpedisi PT Anugerah Duta Prima cabang Gorontalo diharapkan wilayah pendistribusiannya tidak hanya di sekitar perkotaan saja, tetapi bisa di distribusikan wilayah kabupaten yang ada di Gorontalo.
2. Perusahaan dapat melakukan promosi agar calon pelanggan baru tertarik dan mau menggunakan jasa ekspedisi tersebut, dengan hal tersebut bisa meningkatkan pengguna jasa di perusahaan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adhy, Suherman, 'Strategi Public Relations Distro Chambers Dalam Mempertahankan Citra Sebagai Referensi Fashion Remaja Di Kota Makassar' (Islam Negeri Alauddin Makassar, 2018)
- Agus, Hermawan, *Komunikasi Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Aji, Saputra, and Arga, 'Strategi Diferensiasi Pada Perusahaan Jasa Pengiriman Barang (Studi Deskriptif Pada J&N Express Yogyakarta)' (Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2018)
- Andi, Kurniawan, 'Pengaruh Kreativitas Penyampaian Iklan Dan Kemudahan Iklan Diingat Pada Iklan Axe-Effect Di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Atma Jaya Kampus I, Mrican, Yogyakarta)' (Sanata Dharma Yogyakarta, 2009)
- Andi, Seno Lesmana, 'Analisis Pengaruh Iklan Persepsi Kemudahan Dan Reputasi Terhadap Minat Beli Handphone Pada Situs Layanan Iklan Baris Online (Studi Pada Tokobagus.Com)' (Negeri Yogyakarta, 2014)
- Annedia, Yanieswara Bulkis, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Jumlah Pengguna Jasa Pada PT. Hikmah Perdana Tour Di Makassar' (Hasanuddin Makassar, 2018)
- Bambang, Purwanto, 'Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Supermarket Hypermart Bengkulu' (Bengkulu, 2014)
- Bappenas, Kementrian PPN, 'Perkembangan Ekonomi Indonesia Dan Dunia', 2019, p. 1 <<https://www.bappenas.go.id/id/berita-dan-siaran-pers/perkembangan-ekonomi-indonesia-dan-dunia-triwulan-I-tahun-2019>> [accessed 5 March 2019]
- Betap, Maulana, 'Kegiatan Komunikasi Public Relations PT. Tiki Jalur Nugraha Ekakurir JNE Dalam Menyampaikan Informasi Produk Dan Pelayanan Kepada Publik Internal' (Satya Negeri Indonesia, 2018)
- Cahaya, Kepri Express, 'Pengertian Dan Cara Kerja Ekspedisi', 2019, 1AD <<https://id.scribd.com/document/352144783/Pengertin-Dan-Cara-Kerja-Jasa-Ekspedisi>> [accessed 7 December 2019]
- Donni, Juni Priansa, *Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pada Era Media Sosial)* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017)
- Fatimah, Rizka, 'Peran Public Relations Dalam Mengelolah Publikasi Program Kemitraan Di PT. Telkom Regina Medan' (Medan Area, 2018)

- Febyasma, Ramadhani, 'Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Fatto A Manno Di Kota Malang)' (Brawijaya Malang, 2018)
- Felicia, Magdalena, 'Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Brand Awareness Pada Bisnis Mahasiswa Uversitas Ciputra 2013' (Ciputra Surabaya, 2016)
- Fullchis Nurtjahjani, Shinta Maharani Trivena, *Public Relations Citra & Praktek* (Malang: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020)
- Geraldin, Arroya, 'Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Penjualan Tiket Di Era Digital Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen (Studi Deskriptif Kualitatif Jasa Penyediaan Tiket Online "Eventholic")' (Pertamina, 2020)
- Groedu, 'Fungsi Penting Dari Interactive Marketing', 2019, p. 1  
<<https://trainingpemasaransurabaya.com/fungsi-penting-dari-interactive-marketing-pemasaran-interaktif/+&cd=2&hl=id&ct=clnk&gl=id/>> [accessed 4 June 2020]
- Irene, Silviani, *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis* (Surabaya: PT. Scopindo Media Pustaka, 2020)
- Mimi, Febrina, 'Analisis Pemasaran Jasa Pengiriman Barang Pada PT. Eka Sari Lonera Cabang Pekanbaru' (Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, 2010)
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002)
- Morissan, M. A, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana Predanamedia Grup, 2010)
- Nadia, Fazira, 'Pengaruh Promosi Personal Selling Dan Edukasi Terhadap Minat Nasabah Pada Produk Tabungan Di PT. BPRS Baiturrahman Keutapang' (Negeri Ar-Raniry, 2019)
- Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Indeks* (Jakarta: Prenhallindo, 2009)
- Rakhmat, Cakra Aditia, 'Pengaruh Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Starbcks Coffe)' (Indonesia, 2011)
- Retina, Sri Sedjati, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Deepublish, 2015)
- Ridwan, Harleyandi Sudiby, 'Pengaruh Terpaan Iklan Rokok Terhadap Minat Beli Konsumen Rokok (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia)' (Islam Indonesia, 2018)
- Riski, 'Peran Jasa Pengiriman Dalam Perkembangan Bisnis Online Saat Ini', 2019,

- 1AD <<https://www.berwirausaha.net/2018/01/peran-jasa-pengiriman-dalam-perkembangan-bisnis-online.html>> [accessed 7 December 2019]
- ROSMERY, TIARA MARINI MANALU, 'Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Perlengkapan Baby Shop PT. Putera Raja Sejahtera Medan' (Medan Area, 2016)
- Saipul, Al Sukri, *Basic Marketing Strategy (Konsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek)* (Nusa Tenggara Barat: Forum Pemuda Aswaja, 2020)
- Soemanagara, Rd., *Strategic Marketing Communication (Konsep Strategi Dan Terapan)* (Bandung: Alfabeta, 2006)
- Sutrisno, 'Implementasi Pemasaran Langsung (Direct Marketing) Batik Tuban Pada UD. Sekar Ayu Wilujeng Kecamatan Kerek Kabupaten Tuban' (Jember, 2017)
- , 'Pengaruh Salesmanship Dan Sales Promotion Terhadap Penjualan Rokok Clas Mild Pada PT. Delta Internusa Pekanbaru' (Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2012)
- Thidi, 'One Stop Solution For You Cargo', 2019, 1AD <<https://w3cargo.com/jasa-pengiriman-barang/>> [accessed 7 December 2019]
- Waluyo, *Akuntansi Pajak - Edisi 6* (Jakarta: Salemba Empat, 2016)