

## BAB V PENUTUP

### 1.3 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi diferensiasi komunikasi pemasaran pada perusahaan jasa pengiriman Anter#Anter Yogyakarta, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Anter#Anter merupakan perusahaan yang bergerak dibidang bisnis jasa pengiriman barang dengan layanan seperti:
  - a. *Express* (ambil langsung kirim)
  - b. *Sameday* (dikirim dihari itu juga)
  - c. *Pickup dooring* (pengiriman dan pengambilan barang di stasiun kereta api)
2. Anter#Anter Yogyakarta mendiferensiasikan perusahaannya berdasarkan tiga dimensi yaitu:
  - a. Konten

Anter#Anter memiliki tiga layanan (*express, sameday, dan pickup dooring*) dengan tarif yang murah dibandingkan para pesaingnya. Mulai dari Rp.3000 sampai Rp.15.000 tergantung penggunaan layanannya.

- b. Konteks

Anter#Anter melakukan promosi dengan menggunakan brosur dengan desain yang menarik minat pelanggan seperti penawaran tarif yang murah, menggunakan media sosial untuk beriklan, dan melakukan kerja sama dengan para pelaku bisnis UMKM untuk mengirimkan produk kepada konsumennya sendiri. Dengan tarif yang ditawarkan membuat bisnis UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) mampu menawarkan produknya kepada pelanggannya sendiri dengan biaya pengiriman yang murah. Anter#Anter juga memiliki situs [www.anteranter.com](http://www.anteranter.com) yang dapat diakses oleh semua orang untuk mengetahui informasi-informasi yang dibutuhkan.

Cara menggunakan jasa Anter#Anter cukup mudah, dengan menggunakan aplikasi *whatsapp* dan menghubungi admin dari Anter#Anter sudah bisa menggunakan jasa Anter#Anter

c. Infrastruktur

Anter#Anter menjadikan kepuasan pelanggan menjadi salah satu pembeda produk tersebut untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggannya. Pelayanan yang diberikan Anter#Anter mulai dari teknologi komunikasi untuk memberikan informasi-informasi kepada pelanggannya, tarif yang murah dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, kurir yang siap beroperasi untuk mengantarkan kiriman barang pelanggannya dengan estimasi waktu yang sudah ditentukan. Anter#Anter ingin berinovasi dengan memiliki fasilitas layanan yang akan dikembangkan sehingga dapat memberikan layanan pengerimanan antarkota agar dapat mengirimkan barang-barang pelanggan yang ingin ke luar kota.

#### 1.4 Saran

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, peneliti mempunyai beberapa saran yang dapat muncul yaitu:

a. Bagi perusahaan Anter#Anter Yogyakarta

1. Untuk mengutamakan kepuasan konsumen, lebih meningkatkan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang dimiliki agar tidak terjadi kesalahan atau keterlambatan dalam pengiriman.
2. Memberikan fasilitas seperti pakaian atau jaket untuk kurir agar Anter#Anter dapat berpromosi dan mudah dikenali oleh pelanggannya.
3. Perlu adanya penambahan kantor cabang untuk mengatasi masalah jangkauan agar pengiriman lebih cepat.
4. Selalu memantau dan mengantisipasi keinginan dan kebutuhan pelanggan baik dari pelayanan maupun keluhan yang bisa terjadi kapan saja.

5. Selalu melakukan inovasi-inovasi baru untuk mempertahankan dan mengembangkan strategi diferensiasi yang membedakan Anter#Anter dengan perusahaan jasa yang lain.
  6. Memperluas jaringan pemasaran dengan membuat lebih banyak iklan, acara atau *event*, dan promo-promo menarik lewat berbagai media.
- b. Bagi peneliti selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi dalam penelitian selanjutnya. Selain itu, diharapkan untuk meneliti terhadap konsumen yang menggunakan jasa Anter#Anter Yogyakarta. Sehingga hasil pada penelitian dalam nilai lebih dapat menyempurnakan penelitian ini.

