

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, Kirim Aja menerapkan strategi komunikasi pemasaran untuk membangun *brand awareness* dengan menggunakan teori Kotler dan Keller yaitu bauran pemasaran 7P yaitu, produk, Kirim Aja menawarkan berbagai layanan yaitu Kurir Ekspres, Kurir Intan, Trucking, dan Fulfillment yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Harga, penetapan tarif dilakukan berdasarkan berat barang dan jarak tempuh, serta didukung dengan promosi berupa potongan ongkir dan cashback. Place, layanan tersedia secara *online* dan *offline*, dari segi online bisa lewat website atau aplikasi, sedangkan dari segi offline pemesanan langsung dari kantor Kirim Aja di Yogyakarta. Promosi, Kirim Aja memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai kanal utama untuk menyampaikan informasi, kampanye promosi, dan membangun interaksi dengan konsumen. People, perusahaan didukung oleh tim internal yang profesional, yaitu customer service, staf operasional hingga kurir pengantar barang dan dibekali dengan training dari Perusahaan. Proses, sistem pengiriman dilakukan secara efisien dan transparan, mulai dari pemesanan, penjemputan, pelacakan secara real-time, hingga proses pengembalian barang dan refund. Physical evidence, bukti fisik diperkuat melalui penggunaan logo perusahaan, seragam kurir, desain kendaraan operasional, kemasan, serta tampilan media digital seperti website dan akun Instagram resmi. Berdasarkan temuan ini, tingkat *brand awareness* Kirim Aja saat ini berada pada tahap *brand recognition*, di mana konsumen mulai mengenali merek tetapi belum memiliki keterikatan emosional yang kuat terhadapnya.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Praktis

1. Kirim Aja sebaiknya meningkatkan konten promosi yang kreatif, relevan, dan inovatif melalui berbagai platform digital tidak hanya fokus Instagram. Pemanfaatan media sosial seperti Tiktok, Youtube, dan Twiter dapat memberikan dampak positif terhadap kesadaran merek pada perusahaan.
2. Kirim Aja sebaiknya mengembangkan inovasi produk dan layanan tambahan seperti menyediakan asuransi pengiriman, dan fitur chatbot pada aplikasi. Dengan mengembangkan inovasi produk dan layanan tambahan, Kirim Aja akan lebih mudah memasuki pasar yang lebih luas.

### 5.2.2 Akademik

1. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi dapat memahami dan memperluas wawasan mengenai bagaimana sebuah perusahaan melakukan strategi komunikasi pemasaran.
2. peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi pemasaran Kirim Aja dalam membangun *brand awer*.