

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti bahas mengenai **Strategi Komunikasi Ninja Xpress Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller***, maka peneliti dapat membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. **Identifikasi sasaran khalayak** yang dilakukan oleh Ninja Xpress MSH Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller*, ditujukan kepada para pelaku UKM atau *seller* dari Ninja Xpress. Proses identifikasi sasaran khalayak dilihat dari jumlah volume pengiriman barang para *seller*.
2. **Tujuan** yang dilakukan oleh Ninja Xpress MSH Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller*, bertujuan untuk membuat kesadaran merk (*brand awareness*), agar para pelanggan melakukan pemesanan kembali (*repeat order*) serta meningkatkan penjualan atau *market share* agar terciptanya loyalitas bagi Ninja Xpress.

3. **Pesan** yang disampaikan oleh Ninja Xpress MSH Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller*. Yaitu memperkenalkan Ninja modalin (layanan COD dengan dana cair lebih awal sebanyak 50%) , meluncurkan Ninja Creative Hub (Layanan foto gratis, iklan *media social*, kolaborasi bersama *influencer*, dan layanan konten *social media management*) , Memperkenalkan Ninja Direct (akses ke ratusan brand ternama dari seluruh Asia Tenggara untuk produk beauty dan fashion) dan Ninja Support (layanan *personal customer relation* untuk mendampingi seller dalam proses pengiriman).
4. **Media** yang digunakan oleh Ninja Xpress MSH Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller*. Menggunakan 3 media, yaitu media elektronik/digital, direct visit, dan media sosial.
5. **Evaluasi** yang disampaikan oleh Ninja Xpress MSH Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller*. Dilakukan secara bertahap yaitu bulanan, pertiga bulan, dan tahunan. Evaluasi ini dilakukan untuk memantau kinerja sales , kenaikan volume pengiriman, dan pengalaman dari pelanggan.

Strategi Komunikasi yang dilakukan Ninja Xpress MSH Bandung melalui program “Obsesi untuk Usaha Kecil Menengah (UKM) Negeri “ dalam

meningkatkan Loyalitas Usaha Kecil Menengah (UKM) di kalangan *Seller*, membantu para *seller* terutama UKM untuk menghadapi persaingan bisnis, apalagi di era digital seperti ini. Sehingga Ninja Xpress hadir untuk menjadi solusi keresahan para UKM atau *seller* saat ini.

5.2 Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti memberikan sesuatu yang akan berguna dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan di instansi atau lembaga yang berkaitan dengan penelitian ini. Setelah peneliti menyelesaikan pembahasan pada skripsi ini, maka pada bab 5 penutup ini peneliti akan memberikan saran yang sesuai dengan hasil pengamatan dalam pembahasan skripsi ini. Adapun saran yang akan peneliti berikan sebagai berikut:

5.2.1 Saran untuk Ninja Xpress

Adapun saran dari peneliti bagi Ninja Xpress yaitu sebagai berikut :

1. Lamanya proses dalam menghadapi keluhan pelanggan tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan layanan jasa kirim Ninja Xpress. Pelayanan yang memuaskan tentunya akan menghasilkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan sehingga Ninja Xpress harus memberikan kualitas pelayanan yang optimal dan lebih teliti apalagi dalam masalah pengiriman barang jangan sampai terjadi lagi salah alamat tujuan pengiriman, dengan peningkatan masalah alur pengiriman dan ketelitian di sortir hub untuk meminimalisir hal yang sama terjadi.
2. Dalam menjalankan program Obsesi untuk UKM negeri, peran dari

customer relation nantinya harus menjaga hubungan baik dengan para *seller* apalagi dalam hal komunikasi serta ditingkatkan lebih baik untuk para pelanggan, agar terjaga kepercayaan dari para pelanggan khususnya para *seller*.

5.2.2 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya

Adapun saran dari peneliti bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Peneliti harus memahami terlebih dahulu objek apa yang diteliti, tidak boleh sembarang melakukan penelitian , selain itu pastikan untuk perizinan lancar pada saat observasi dan wawancara.
2. Peneliti yang akan melakukan objek yang sama, diharapkan memperbanyak membaca referensi terdahulu yang banyak agar tidak bingung., apalagi dimasa pandemi Covid-19 seperti ini.
3. Berprilaku ramah , santun serta menghargai semua orang untuk kelancaran penelitian. Dan jangan lupa untuk menjaga citra UNIKOM di perusahaan setempat.