

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Swot sebagai dasar penetapan Strategi Pemasaran (Studi kasus pada LPP TVRI Sumatera Selatan) maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil data yang diperoleh matrik IFAS memiliki total skor sebesar 3.305 dan matrik EFAS sebesar 3.070 ini menunjukkan bahwa LPP TVRI Sumsel berada diatas rata-rata berdasarkan matrik Internal-Eksternal dan hal tersebut menandakan bahwa internal dan eksternal LPP TVRI Sumsel kuat.
2. Berdasarkan analisis matrik Internal-Eksternal (IE) menggambarkan posisi LPP TVRI Sumsel berada pada Sel I yaitu Tumbuh dan Bina (*Growth dan Build*) sehingga alternatif yang cocok untuk digunakan pada posisi tersebut ialah strategi intensif yaitu Penetrasi Pasar: Meningkatkan mutu dan kualitas progam yang dimiliki (S1), Pengembangan Produk: Menciptakan produk-produk baru dan serta memperbaiki produk lama yang ada (S2), Pengembangan Pasar: Meningkatkan promosi program maupun iklan untuk menarik audien dan mempertahankan market share (S3). Dari hasil pengolahan QSPM (*Quantitative Strategy Planning Marketing*) yang menentukan prioritas atau kemenarikan atas tiga alternatif strategi tersebut dapat diperoleh bahwa *Total Attractiveness Score* (TAS) tertinggi yakni pada Strategi 1 yaitu Penetrasi Pasar : Meningkatkan mutu dan kualitas progam yang dimiliki. (S1) dengan nilai kemenarikan (TAS) = 6.711 maka dengan hasil yang didapatkan ini LPP TVRI dapat menerapkan strategi Pemasaran dengan meningkatkan mutu dan kualitas progam yang dimiliki.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran bagi penelitian selanjutnya perlu dipertimbangkan untuk penelitian lebih lanjut:

1. Untuk Internal LPP TVRI Sumsel agar dapat meningkatkan lagi kualitas internal yang ada dengan memanfaatkan teknologi yang sudah dimiliki demi mempertahankan karakteristik LPP TVRI Sumsel sendiri dibenak masyarakat sebagai TV Lokal Sumatera Selatan walaupun dengan dana yang terbatas sekalipun. Untuk faktor eksternal hendaknya LPP TVRI perlu mengantisipasi masuknya pesaing-pesaing baru dan juga pesaing yang sudah ada walaupun status LPP TVRI Sumsel sebagai Lembaga Independen dan sebagai Lembaga Penyiaran Publik dari Pemerintah.
2. Dalam Penelitian ini penulis hanya membantu untuk memberikan beberapa opsi ataupun pilihan sebagai acuan yang dapat digunakan oleh LPP TVRI Sumsel dan mungkin ada beberapa keterbatasan yang ada. Berdasarkan hasil analisis QSPM (*Quantitative Strategy Planning Marketing*) diperoleh satu alternatif strategi yang memiliki nilai *Total attractiveness Score* (TAS) tertinggi yaitu : Penetrasi Pasar : Meningkatkan mutu dan kualitas program yang dimiliki. (S1), dengan adanya hasil dari penelitian ini penulis dapat memberikan alternatif strategi yang mungkin dapat digunakan oleh LPP TVRI Sumsel untuk kedepannya.