**BAB V**

**KESIMPULAN DAN SARAN**

**5.1 Kesimpulan**

Setelah melakukan telaah terhadap penelitian tentang audit pemasaran pada Warna FM, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penilaian Lingkungan Pemasaran Warna FM

Warna FM selalu memantau perkembangan lingkungan pemasarannya karena bagi Warna FM perkembangan lingkungan pemasaran bisa menjadi peluang dan ancaman bagi Warna FM untuk mengembangkan usahanya. Warna FM memanfaatkan peluang dari perkembangan lingkungan pemasaran dengan cara memanfaatkan perkembangan teknologi internet untuk melakukan promosi dan pengiklanan juga sebagai media iklan tambahan. Warna FM telah menggunakan website sebagai wadah *streaming*, facebook, dan twitter untuk media promosi, pengiklanan, dan media iklan tambahan.

Kendala yang dilihat Warna FM adalah perubahan gaya hidup dari pendengar yang mulai beralih ke media audio visual seperti Youtube dimana PR bagi Warna FM mau mendengarkan radio agar tetap diminati dan didengar

1. Strategi Pemasaran pada Warna FM

Bagi Warna FM penyiar merupakan salah satu bagian dari strategi dimana karakter masing-masing penyiar menajdi kekuatan bagi Warna FM. kemuadian rapat rutin perbulan diadakan oleh Warna FM dengan mempelajari pengalaman sebelumnya dan evalusasi dilakukan sekali tiga bulan lalu untuk melakukan pengambilan keputusan yang juga berpedoman pada tujuan perusahaan. Sehingga Warna FM dengan mudah meramalkan penjualan dan menilai antara target penjualan yang ingin dicapai dengan realita yang terjadi.

1. Kinerja Organisasi Pemasaran pada Warna FM

Warna FM telah memiliki organisasi pemasaran yang memadai Walaupun strukturnya tidak baku seperti kebanyakan perusahaan namun tetap jadi acuan. Aktivitas pemasaran dalam Warna FM di tuntut untuk kreatif sebagai keunggulan agar dapat bersaing diranah radio.

1. Sistem Pemasaran pada Warna FM

Data pemasaran Warna FM terarsip dengan baik namun sayangnya Warna FM belum memiliki orang-orang yang ditugaskan khusus untuk memperoleh informasi pemasaran sehingga informasi pemasaran yang dihasilkan kurang akurat dan tepat waktu.

1. Produktivitas Pemasaran pada Warna FM

Kegiatan pemasaran yang dilakukan Warna FM untuk mencapai profitabilitas dilakukan dengan cara mengoptimalkan *airplay*, iklan dari kota Padang maupun nasional, dan event *offair* untuk mencapai target pemasaran serta meraih konsumen yang lebih luas di wilyah Padang dan sekitarnya.

1. Kebijakan Fungsi Pemasaran pada Warna FM

Fungsi Pemasaran pada Warna FM melibatkan empat kebijakan penting yaitu kebijakan produk, kebijakan harga, kebijakan distribusi, dan kebijakan promosi. Kebijakan produk, kebijakan distribusi, dan kebijakan promosi telah berjalan dengan baik sehingga Warna FM bisa menjual ketiga produk yang ditawarkan meliputi Airplay, iklan, dan event *offair*. Untuk kebijakan harga, dikarenakan tidak adanya kesepakatan harga antara seluruh radio di Padang membuat harga dikendalikan oleh pasar, jika tidak bisa mengelola keuangan akan berdampak kepada perusahaan dengan kata lain sulit untuk memberikan harga yang bersaing dan kompetitif, maka sebab itu Warna FM memberlakukan kebijakan dua harga paket yaitu khusus kota Padang dan khusus Nasional

sedangkan untuk kebijakan promosi Warna FM telah menerapkan kebijakan yang sangat efektif dan efisien dengan cara beriklan di radio serta menjadi media partner di setiap event anak muda kota Padang .

**5.2 Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan metode dalam pengelohan data. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan waktu penelitian untuk mendapatkan informasi lebih banyak dari narasumber. Penelitian ini bersifat studi kasus pada Warna FM sehingga tidak bisa menjadi acuan menggeneralisasi bisnis radio siar secara keseluruhan.

**5.3 Implikasi Penelitian**

Penelitian ini memperlihatkan bahwa Owner, Station Manager dan staf Warna FM memiliki pemahaman visi, misi dan strategi, namun terdapat implikasi berupa kekurangan dalam kegiatan pemasaran dari Warna FM, dan kekurangan tersebut dapat di atasi melalui:

1. Warna FM masih harus terus berusaha keras untuk meningkatkan segala jenis aspek seperti program acara, jangkauan pemancar non*streaming*, kualitas penyiar dan lagu-lagu yang diputarkan saat mengudara.
2. Warna FM harus meningkatkan dan mempertahankan kualitas dan memberikan pelayanan yang memuaskan baik saat *on air* maupun *off air,* sehingga membuat pendengar senang dan nyaman ketika mendengarkan radio Warna FM
3. Warna FM harus merekrut staf khusus untuk bagian sistem informasi perusahaan, hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan skala nasional melalui siaran radio *streaming* digital serta memberikan pelayanan maksimal dan mengetahui tentang apa yang diinginkan pendengar.

**5.4 Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis memberikan saran-saran yang dapat berguna bagi perbaikan pengelolaan dan penyelenggaraan aktivitas pemasaran Warna FM. Adapun saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Diharapkan Warna FM memberi batasan-batasan *job description* yang jelas, sehingga segala aktivitas pemasaran berjalan lebih efektif dan efisien.
2. Diharapkan Warna FM mempuyai orang-orang yang ditugaskan khusus untuk memperoleh informasi pemasaran yang terkait dengan pesaing-pesaingnya sehingga informasi pemasaran yang didapat bisa lebih akurat dan tepat waktu.
3. Diharapkan Warna FM dapat menjadi penggerak bersama radio lainnya di kota Padang yang mampu merembukan standar harga bersaing radio di kota Padang, dengan mempertimbangkan kemampuan konsumen di wilayah kota Padang dan sekitarnya di sesuaikan secara berkala sesuai dengan tingkat perkembangan ekonomi di kota Padang dan sekitarnya.
4. Warna FM harus mempersiapkan segala sumber daya baik itu dari segi teknologi maupun sumber daya manusia, untuk bersaing pada era radio streaming digital.