

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di TB Rumah Buku Bandung mengenai penggunaan analisis SWOT-nya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor kekuatan (*strengths*) dalam pembuatan program *public relations* TB Rumah Buku terdiri dari konsep yang matang, lokasi strategis, produksi berkualitas, potensi kekuatan modal, dan SDM kekeluargaan yang dimiliki perusahaan.
2. Faktor kelemahan (*weaknesses*) dalam pembuatan program *public relations* TB Rumah Buku terdiri dari pembentukan citra yang kurang, ketersediaan tempat yang terbatas, sistem publikasi minim, pengendalian omset yang tidak stabil, keterbatasan SDM yang dimiliki perusahaan.
3. Faktor peluang (*opportunities*) dalam pembuatan program *public relations* TB Rumah Buku terdiri dari pesaing masih sedikit, minat masyarakat sekitar cukup bagus, minat konsumen cukup bagus, pemasok berkualitas, dan minat pelanggan cukup baik yang dapat dimanfaatkan perusahaan.

4. Faktor ancaman (*threats*) dalam pembuatan program *public relations* TB Rumah Buku terdiri dari pesaing lebih unggul, kesulitan pengendalian konsumen yang tidak terkendali, perkembangan teknologi, birokrasi kurang mendukung, dan kurangnya pencapaian target pelanggan yang dapat menghambat perusahaan.

5.2 Saran Teoritis dan Praktis

Adapun saran-saran yang direkomendasikan secara teoritis dan praktis, sehubungan dengan analisis SWOT, sebagai berikut:

5.2.1 Saran Teoritis

1. Diperlukan pendalaman terhadap kegiatan analisis SWOT, melalui strategi-strategi seperti S-O, S-T dan W-O, W-T yang diperoleh berdasarkan kombinasi antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada sebuah organisasi atau perusahaan.
2. Penggunaan konsep analisis SWOT dapat digunakan oleh praktisi *public relations* dalam berbagai kegiatan analisisnya. Konsep SWOT merupakan kegiatan yang melekat dengan analisis terhadap lingkungannya yang fokus mengaitkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang ada.

5.2.2 Saran Praktis

1. Perlu dilakukan pengoptimalan dalam mempertahankan konsep guna pembentukan *corporate image* yang diciptakan perusahaan dalam menjalankan bisnisnya selama ini.
2. Diperlukan peningkatan strategi-strategi dalam memanfaatkan peluang kekuatan modal yang dimiliki dengan minat masyarakat, konsumen dan pelanggan yang mendukung.
3. Perlu adanya pengontrolan terhadap sumber daya manusia untuk menghindarkan perusahaan dari hambatan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan terhadap sarannya.
4. Perlu dilakukan peningkatan kegiatan promosi produk untuk menghadapi situasi pesaing, pengendalian konsumen, pengendalian pelanggan agar tepat sasaran.
5. Perlu memaksimalkan penyebaran informasi melalui media sosial sebagai teknologi yang kini sangat berkembang. Dan dianggap ampuh dalam menjangkau seluruh lapisan masyarakatnya.