BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan atas pengamatan yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan periklanan telah cukup baik terbukti dengan lebih dari 10 tahun perusahaan ini berdiri. PT. Raka Media Swatama (Raka Advertising) juga telah berbadan hukum. Di tahun 2000 PT. Raka Medis Swatama (Raka Advertsing) memperoleh Award sebagai biro iklan dengan belanja iklan terbesar. Dan biro iklan terbaik versi Koran Harian Pikiran Rakyat di tahun2004. Hal ini terjadi karena konsumen merasa puas dan percaya kepada PT. Raka Media Swatama (Raka Advertising).
2. PT. Raka Media Swatama (Raka Advertising) mempunyai beberapa hambatan yaitu:
    1) Komunikasi, karena kurangnya line telepon.
    2) Absensi yang masih manual.
    3) Fasilitas akomodasi yang masih kurang.
    4) Perang diskon dengan pesaing.
    5) Jumlah tagihan yang tidak sebanding dengan pembayaran.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis adalah sebagai berikut :

1) PT. Raka Media Swatama (Raka Advertising) mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan jasa, agar konsumen lebih banyak lagi. Dan konsumen yang sudah menjadi langganan lebih merasa puas.
2) PT. Raka Media Swatama (Raka Advertising) mulai meminimalisir hambatan-hambatan tersebut, dengan menambah line telepon, menggunakan absen amano, menambah fasilitas akomodasi, meningkatkan pelayanan sebagai pengganti karena PT. Raka Media Swatama (Raka Advertising) tidak mungkin untuk menambah diskon, dan menambah karyawan bagian kolektor agar tagihan lebih cepat terbayar oleh konsumen pemasang iklan.