

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan penjelasan dari setiap bab yang telah disampaikan, penulis akan mengambil kesimpulan tentang bauran promosi yang digunakan PT. Kurnia Garam Sejahtera agar dapat meningkatkan penjualan pada perusahaan tersebut. Penulis memberikan saran-saran yang bersifat membangun untuk perusahaan dan diharapkan dapat berguna bagi perusahaan yang akan datang.

Berikut kesimpulan yang dapat diambil oleh penulis adalah

1. PT. Kurnia Garam Sejahtera Kota Padang adalah perusahaan yang bergerak dibidang produksi dan distribusi garam di Kota Padang. Salah satu tugas perusahaan ini melakukan produksi dan distribusi garam yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau konsumen. PT. Kurnia Garam Sejahtera Kota Padang dalam melakukan promosinya dengan menjualkan produk-produk yang ada pada perusahaan yang sesuai dengan bauran promosi yang diterapkan oleh perusahaan.
2. Bauran promosi yang diterapkan oleh PT. Kurnia Garam Sejahtera Kota Padang adalah melakukan periklanan, promosi penjualan, penjualan personal, hubungan masyarakat, dan pemasaran langsung. Kegiatan-kegiatan ini adalah salah satu bentuk keberhasilan dari perusahaan dalam menciptakan dan memasarkan produknya.
3. Periklanan yang dilakukan pada perusahaan yaitu melakukan promosi pada *e-commerce* Indotrading dan promosi pada media sosial *instagaram*. Hal ini

dapat menarik perhatian konsumen dalam melakukan proses pembelian untuk perusahaan. Sehingga, perusahaan dapat meningkatkan penjualannya.

4. Promosi penjualan pada PT. Kurnia Garam Sejahtera adalah memberikan beberapa diskon atau potongan harga bagi pembelinya. Diskon yang diberikan yaitu apabila pembeli melakukan pembelian dengan jumlah yang sesuai dengan yang telah diterapkan perusahaan. Tidak hanya diskon, PT. Kurnia Garam Sejahtera juga memberikan gratis ongkos kirim kepada pelanggannya. Hal ini dapat merupakan bentuk pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan agar pelanggan konsisten membeli produk dari perusahaan.
5. Penjualan personal yang dilakukan perusahaan ini adalah dengan membuka stand di tempat keramaian seperti di Gor. H. Agus Salim Kota Padang pada hari libur. Hal ini terbukti efektif karena di Gor H. Agus Salim orang-orang melakukan kegiatan olahraga pagi. Penjualan personal juga memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan mempromosikan produk dari perusahaan.
6. PT. Kurnia Garam Sejahtera dalam melakukan bauran promosinya pada hubungan masyarakat yaitu mengadakan senam pagi di Gor. H. Agus Salim. Dengan mengadakan senam pagi ini, produk dapat dikenal secara luas bagi masyarakat. Pelanggan atau konsumen juga tertarik dengan adanya senam pagi yang dilakukan oleh perusahaan. Sehingga, produk-produk yang dipromosikan dikenal oleh masyarakat
7. Pemasaran langsung yang dilakukan oleh perusahaan yaitu melalui via telepon atau sms. Disini, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dari produk-

produk perusahaan. Serta, perusahaan juga mendapatkan saran-saran dan kritikan yang bersifat membangun dari konsumen. Sehingga, perusahaan dapat memperbaiki hal-hal yang berkaitan dengan produk dan dapat meningkatkan penjualan serta konsumen merasa terpuaskan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

5.2 Saran

Beberapa saran dari penulis kepada PT. Kurnia Garam Sejahtera Kota Padang yang nantinya dapat bermanfaat bagi perusahaan.

1. PT. Kurnia Garam Sejahtera harus lebih giat dalam melakukan kegiatan bauran promosi. Karena kegiatan-kegiatan bauran promosi sangat berpengaruh dengan penjualan pada perusahaan.
2. PT. Kurnia Garam Sejahtera Kota Padang mampu menciptakan tenaga penjual yang berkualitas agar dalam melakukan promosi dapat menarik perhatian dari konsumen atau pelanggan. Sehingga, dengan adanya tenaga penjual yang berkualitas, promosi yang dilakukan lebih efektif dan efisien.

Pada aktivitas promosi pada PT. Kurnia Garam Sejahtera Kota Padang lebih memfokuskan promosi pada media sosial. Karena pada sosial media, produk-produk yang dikenalkan lebih mudah oleh pelanggan atau kon

