

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukan penelitian dan analisa data maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan hubungan kemitraan dengan business partner, perusahaan Sampoerna memiliki program kemitraan berupa komunitas *Sampoerna Retail Community* yang anggotanya peritel tradisional dengan jumlah *outlet – outletnya* yang tersebar di kota Padang.
2. *Sampoerna Retail Community* (SRC) adalah sebuah program binaan terhadap *outlet retail* potensial yang terpilih sebagai *partner* bagi PT Sampoerna yang digabungkan dalam suatu komunitas yang bertujuan untuk melakukan aktivitas promosi, dan distribusi produk *A-Mild* secara lebih agresif dan eksklusif
3. Kegiatan-kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan Sampoerna dalam program *Sampoerna Retail Community* meliputi kegiatan *advertising, public relations, direct marketing, personal selling dan juga sales promotion.*
4. *Strategi Pull* yaitu Perusahaan Sampoerna mempromosikan produknya melalui iklan untuk memperkenalkan produknya, seperti melalui iklan, *personal selling.*

5. *Strategi Push* yaitu perusahaan Sampoerna secara agresif mempromosikan produknya ke *outlet – outlet SRC* dan pemilik outlet SRC mempromosikan kepada konsumen atau masyarakat.

## B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas penulis dapat memberikan saran kepada PT HM Sampoerna, Tbk untuk melakukan hal sebagai berikut :

1. Sampoerna sudah melakukan dan mengembangkan usahanya dengan baik dan inovatif. Kinerja yang sudah dilakukan oleh Sampoerna harus dipertahankan, dan terus melakukan inovasi - inovasi baru terhadap produk - produk yang akan dihasilkan. Sampoerna pun harus mengadakan penelitian - penelitian dan perbaikan dari yang baik kearah yang lebih baik agar benar - benar tercipta produk terbaik dari yang terbaik dan agar dapat meraih kesempurnaan perusahaan - perusahaan demi memuaskan konsumen.
2. Perusahaan sampoerna untuk dapat mempertahankan strategi bisnis yang telah diterapkannya.
3. Mempertahankan program - program rutin yang telah dibuat oleh PT HM Sampoerna, Tbk untuk melakukan promosi produk - produknya dan juga sebagai alat pengenalan produk baru perusahaan.

4. Diharapkan kepada perusahaan Sampoerna t etap mengembangkan produk, pasar dan industri guna menguatkan pada sektor penjualan PT HM Sampoerna, Tbk dan juga mengembangkan program - program baru guna membantu masyarakat dalam bidang apapun.



