

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

PT Semen Padang mempunyai strategi komunikasi pemasaran yang terdiri dari : Media Lini Atas dan Media Lini Bawah. Pada Media lini atas Semen Padang menggunakan alat-alat promosi seperti, *billboard*, iklan radio, papan nama toko, *bus shelter*, truk curah dan *neon box* untuk mengingatkan dan menarik konsumen baru bagi Semen Padang. Dalam aktivitas promosi dengan media lini bawah Semen Padang memfokuskan untuk distributor dan toko-toko PT Semen Padang. Semen Padang melakukan pemberian *reward*, pemberian potongan penjualan, dan mengadakan temu pelanggan untuk toko-toko dan distributor konsumen PT Semen Padang.

Aktivitas Promosi dilakukan oleh PT Semen Padang bertujuan untuk menjaga kestabilan penjualan produk serta meningkatkan loyalitas konsumen dan menambah jumlah konsumen baru yang memakai Semen Padang untuk bangunan-bangunan mereka.

Kendala yang dihadapi oleh PT Semen Padang dan Semen Indonesia Grup ialah mengenai persaingan yang semakin sengit di industri semen nasional. Dikarenakan pesaing yang sangat gencar melakukan promosi, juga karena bertambah banyaknya “pemain-pemain” baru di industri ini. Tentu saja kendala-kendala yang di hadapi harus di tanggulangi oleh Semen Indonesia Grup dan PT Semen Padang khususnya.

Selain itu PT Semen Padang sangat terbantu dalam hal promosi oleh klub sepakbola milik mereka yang juga kebanggaan masyarakat Minangkabau, yaitu Semen Padang FC.

Semen Padang FC sudah malang melintang di persepakbolaan tanah air sebagai tim papan atas di Indonesia. Saat Semen Padang FC bertanding maka sekaligus menjadi keuntungan promosi bagi PT Semen Padang dan Semen Indonesia Grup memperkenalkan *brand* mereka kepada warga Indonesia yang menyaksikan di televisi, baik yang terdapat di papan iklan pinggir lapangan maupun sponsor mereka yaitu, Semen Indonesia Grup.

5.2 SARAN

Merujuk dari pembahasan serta kesimpulan di atas, adapun saran yang di berikan penulis yaitu :

1. PT Semen Padang meningkatkan aktivitas promosi mereka dengan meningkatkan kinerja karyawan dalam melakukan promosi ke daerah-daerah yang belum terjangkau aktivitas promosi PT Semen Padang.
2. Agar PT Semen Padang meningkatkan promosi hingga ke luar negeri dan tidak hanya terbatas di dalam negeri saja
3. Kedepannya supaya menambah bauran promosi sehingga lebih variatif.
4. Lebih memotivasi toko dan distributor dalam melakukan penjualan.
5. Diharapkan PT Semen Padang meningkatkan aktivitas humas untuk meningkatkan loyalitas konsumen.