

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa

1. Strategi pemasaran adalah rencana menentukan pasar target dengan menganalisa situasi peluang pasar yang terus berubah. Strategi atau rencana pemasaran diperlukan untuk dapat menjalankan aktifitas pemasaran yang lebih baik dalam mencapai tujuan perusahaan
2. Strategi pemasaran yang di hadapi dalam penerapan oleh PT. Semen Padang yaitu segmentasi, targetting dan positioning.

A. Segmentasi

Perusahaan harus mempersiapkan harga yang baik sebelum melakukan penjualan produk. Perusahaan juga harus mempersiapkan lokasi yang tepat untuk dapat meminimalisir biaya yang timbul dari kegiatan produksi dan memaksimalkan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan.

B. Targetting

Menentukan harga produk yang akan dijual, perusahaan melakukan survey dan pertimbangan terhadap pasar, pelanggan dan biaya produksi, agar harga produk sesuai dengan standar perusahaan dan tetap mempertahankan kualitas produk. Perusahaan harus menetapkan tempat yang sesuai dengan target pasar supaya bisa berkonsentrasi dalam



menghasilkan produk yang berkualitas dan langsung mendistribusikannya.

C. Positioning

Didalam positioning perusahaan harus melakukan dan mempertahankan kegiatan pemasaran dan perusahaan harus meminta umpan balik kepada pelanggan. Dengan adanya umpan balik dari pelanggan, perusahaan dapat mengevaluasi bagian yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan.

3. Kendala yang di hadapi PT Semen Padang dalam menghadapi strategi pemasaran disaat pandemi covid-19 yaitu target dari perusahaan menurun akibat konsumen produk PT. Semen Padang berkurang, dengan begitu perusahaan harus bisa meningkatkan strategi pemasaran yang kreatif untuk meningkatkan daya tarik dalam penjualan.
4. PT Semen Padang harus terus melakukan inovasi terhadap produknya agar menjadi suatu sasaran produk berkualitas yang akan dibeli atau dicari oleh para calon konsumen
5. Perusahaan harus mempromosikan produk yang akan dipasarkan agar mampu dikenal luas. Perusahaan juga harus dapat memenuhi kebutuhan para konsumen dengan mengingat tujuan utama perusahaan yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mencari laba atau keuntungan demi meningkatkan kemajuan perusahaan.



5.2 Saran

Setelah menjalani magang selama kurang lebih 40 hari kerja di PT . Semen Padang, maka melalui laporan ini penulis akan memberi saran yang mungkin bisa menjadi masukan bagi PT. Semen Padang Untuk kedepannya:

1. Perusahaan diharapkan dapat terus menjaga hubungan baik dengan setiap pelanggan dan semua yang terlibat dalam kegiatan perusahaan agar dapat berjalan dengan lancar
2. PT. Semen Padang harus terus mengawasi dan mewaspadai segala praktik-praktik kecurangan saat proses penjualan dan distribusi semen yang dapat merugikan perusahaan dan konsumen.
3. Perusahaan diharapkan mampu melaksanakan strategi pemasaran dengan baik, perusahaan harus mengembangkan strategi pemasarannya, perusahaan terus melakukan inovasi terhadap produknya dan perusahaan harus bisa mencari solusi dari kendala yang dihadapi.
4. PT. Semen Padang harus lebih aktif dalam mengikuti misi dagang dan pameran dagang yang diadakan di luar negeri. Sehingga mendapatkan pelanggan yang baru dan menjadikan keuntungan finansial perusahaan semakin tercapai.

