

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan uraian dan hasil pembahasan pada bab terdahulu maka pada bab terakhir akan dikemukakan kesimpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang mungkin bermanfaat bagi pihak perusahaan.

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengamatan kegiatan dan analisis mengenai penerapan promosi dalam meningkatkan penjualan pada PT. Semen Padang, maka penulis menarik kesimpulan bahwa:

1. PT Semen Padang menerapkan promosi dengan melakukan *Sales Promotion* seperti melakukan promosi dengan cara pemberian souvenir pada saat acara pameran, *Advertising* melalui surat kabar, pemasangan merek toko/retail, dan pemasangan billboard di tempat yang strategis, Hubungan Masyarakat dan mengadakan berbagai kegiatan seperti jalan santai dan melaksanakan kegiatan CSR yang berkaitan dengan promosi. CSR yang dilakukan PT Semen Padang yaitu dengan *Direct Marketing* dan *Personal Selling*.
2. Setiap pekerjaan yang dilakukan oleh PT. Semen Padang dalam melakukan penerapan promosi adanya kendala yang terjadi yaitu besarnya biaya promosi yang dimana nantinya ini akan mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Biaya promosi merupakan pengorbanan perusahaan dalam rangka mengkonsumsikan informasi dari penjualan kepada pembeli dengan tujuan untuk

merubah sikap dan tingkah laku pembeli dan tetap mengingat produk perusahaan.

3. Dari kendala yang terjadi maka PT. Semen Padang memiliki upaya atau solusi yang dilakukan untuk menghadapi kendala tersebut dengan tetap mempertahankan efektivitas dan efisiensi pengendalian biaya promosi serta meningkatkan volume penjualan karena terbukti dapat memberikan pengaruh positif terhadap volume penjualan.

5.2 Saran

Penulis memiliki saran dari hasil pembahasan diatas, yaitu agar perusahaan terus mempertahankan strategi-strategi yang ditetapkan agar dalam kegiatan pemasaran terjaga dan berjalan dengan baik, sehingga dapat meningkatkan penjualan pada tahun berikutnya. Kepada pihak karyawan PT Semen Padang penulis berharap agar selalu menjalin kerja sama dengan Lembaga Pendidikan agar terjalin hubungan baik antara perusahaan dan lembaga pendidikan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa/siswa untuk melaksanakan magang.

