

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan serta analisis dalam magang yang dilakukan pada PT Semen Padang melakukan aktivitas pemasaran dengan menerapkan bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sejauh ini belum menemukan suatu permasalahan yang mengganggu kinerja ekspor secara keseluruhan karena pengelolaan manajemen PT Semen Padang yang berjalan dengan baik. Aktivitas pemasaran ekspor di pasar internasional pada PT Semen Padang melibatkan berbagai aspek, mulai dari identifikasi pasar potensial, penetapan harga, promosi produk, distribusi, hingga penanganan dokumen ekspor. Perusahaan harus memahami karakteristik pasar internasional, persaingan, serta kebijakan perdagangan internasional yang berlaku untuk dapat berhasil dalam aktivitas pemasaran ekspor. Dari serangkaian pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Wilayah pemasaran luar negeri PT. Semen Padang adalah USA, Afrika Selatan, Jerman, Kuwait, UEA, India, Srilanka, Bangladesh, Filipina, Australia.
2. Bauran pemasaran PT Semen Padang yaitu penetapan produk, harga, distribusi, dan promosi, yang telah diterapkan oleh perusahaan.
3. PT Semen Padang memiliki produk dengan 6 tipe yaitu Semen tipe I, Semen tipe II, Semen Tipe V, SMC, *Oil Cement*, PPC, PCC
4. PT Semen Padang memiliki harga dari kisaran Rp 77.500- Rp 107.000. Saat ini PT Semen Padang menjadi Leader Market sebagai produsen ekspor di Indonesia dalam memasarkan produk diantara perusahaan yang sejenis.

5. Dokumen-dokumen ekspor yang diperlukan dalam kegiatan ekspor

1. *Sales Order*
2. *Shipping Intruction*
3. *Purchase Order*
4. *Delivery Order*
5. *Bill Of Lading*

6. Nota Pelayanan Ekspor

## 5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka penulis memberikan beberapa saran yang mungkin berguna untuk meningkatkan kemajuan dan suksesnya PT Semen Padang sebagai Perusahaan pengekspor semen ,sebagai berikut:

1. PT Semen Padang harus mempertahankan kan strategi-strategi yang sudah ditetapkan dalam memasarkan produknya di pasar internasional
2. PT Semen Padang harus meningkatkan promosi nya dalam memasarkan produknya di pasar internasional.
3. PT Semen Padang harus menentukan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan,mempertimbangkan biaya produksi dan harga kompetitor.
4. PT Semen Padang harus menambah jumlah distributor dan agen penjualan untuk menjangkau lebih banyak area geografis di pasar internasional.

PT Semen Padang harus meningkatkan pengurusan dokumen-dokumen ekspor agar tidak terjadi kesalahan dalam melakukan transaksi ekspor.