

BAB V

PENUTUP

Di bagian akhir ini, penulis akan menyajikan ringkasan kesimpulan dari seluruh pembahasan yang telah disampaikan yang telah diuraikan sebelumnya, selanjutnya, penulis akan menyampaikan beberapa manfaat, baik bagi penulis sendiri, pembaca, maupun pihak-pihak lain yang berkepentingan.

5.1 Kesimpulan

1. Pendekatan pemasaran digital yang dijalankan oleh PT Semen Padang terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti website resmi, media sosial (*Instagram, YouTube, Twitter*), dan sistem *pree-order*, perusahaan mampu menjangkau konsumen secara lebih luas dan efisien. Konsumen dapat dengan cepat dan mudah mengakses informasi yang mereka butuhkan, membandingkan produk, serta melakukan pemesanan tanpa hambatan geografis maupun waktu.
2. Pemasaran digital mempermudah konsumen dalam mengenali produk dan menyesuaikannya dengan kebutuhan lainnya. Konten yang disajikan melalui media sosial dan situs resmi perusahaan memungkinkan konsumen memahami keunggulan produk Semen Padang, baik dari segi kualitas, keandalan, maupun reputasi perusahaan. Hal ini memperkuat citra merek dan meningkatkan kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

3. Media sosial berperan penting dalam membangun hubungan emosional dan komunikasi dua arah dengan konsumen. Meskipun akun Instagram PT Semen Padang belum digunakan sebagai alat promosi langsung, keberadaan konten yang informatif dan partisipatif (seperti CSR, beasiswa, pelatihan masyarakat) secara tidak langsung meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap merek.
4. Pelayanan yang responsif dan ketersediaan informasi secara real-time terbukti menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas, tetapi juga pengalaman digital yang diberikan oleh perusahaan. Studi menunjukkan bahwa pelayanan digital yang baik mampu memberikan kontribusi sebesar 91,5% terhadap keputusan pembelian.
5. Namun demikian, PT Semen Padang masih menghadapi tantangan dalam pelaksanaan pemasaran online secara optimal. Keterbatasan sumber daya manusia yang ahli dalam bidang digital marketing, cepatnya perubahan teknologi, serta persaingan ketat dari pemain industri lain merupakan hambatan yang harus segera diatasi agar strategi pemasaran online tetap relevan dan efektif di masa depan.

5.2 Saran

Saran diberikan kepada PT Semen Padang agar dapat mengoptimalkan strategi pemasaran online yang telah diterapkan, serta sebagai acuan untuk pengambilan keputusan yang lebih tepat di masa mendatang. Berikut ini adalah saran dari pembahasan di atas:

1. PT Semen Padang perlu meningkatkan kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang pemasaran digital. Upaya ini bisa diwujudkan melalui pelatihan berkala, workshop, atau kolaborasi dengan lembaga pendidikan serta para praktisi pemasaran digital. Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten akan mampu merancang dan menjalankan strategi digital secara lebih kreatif, adaptif, dan berbasis data, sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran secara keseluruhan.
2. Konten digital yang disajikan perlu lebih bervariasi, edukatif, dan relevan dengan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat membuat video tutorial pemakaian semen, tips konstruksi, artikel tentang manfaat produk, serta testimoni pengguna. Konten seperti ini dapat membantu konsumen membuat keputusan pembelian yang lebih percaya diri, sekaligus memperkuat positioning PT Semen Padang sebagai produsen semen yang peduli terhadap kebutuhan pelanggan.
3. Pemanfaatan teknologi canggih seperti *Augmented Reality (AR)* dan *Virtual Reality (VR)* bisa menjadi nilai tambah dalam pemasaran digital. Dengan teknologi ini, calon konsumen dapat merasakan pengalaman interaktif, seperti melihat simulasi penggunaan produk dalam proyek konstruksi. Pendekatan ini

dapat meningkatkan minat beli, khususnya dari segmen pasar modern seperti kontraktor muda dan pengembang teknologi tinggi.

4. Perusahaan perlu menerapkan evaluasi dan pemantauan berkala terhadap performa kampanye pemasaran online. Dengan menggunakan tools digital seperti *Google Analytics*, *Facebook Insights*, atau *CRM analytics*, perusahaan dapat mengukur efektivitas kampanye, mengetahui preferensi konsumen, dan memperbaiki strategi yang kurang berhasil. Evaluasi ini juga penting untuk memastikan bahwa strategi yang digunakan tetap sejalan dengan tren pasar dan teknologi terbaru.
5. Penguatan sistem distribusi berbasis digital dan perluasan berkolaborasi dengan platform e-commerce atau pasar daring (marketplace) menjadi strategi penting untuk memperluas pasar. PT Semen Padang dapat membuka official store di platform seperti Tokopedia, Shopee, atau marketplace B2B yang lebih relevan dengan industri konstruksi. Selain itu, pengembangan sistem logistik berbasis digital (*warehouse management system* dan *logistic tracking*) akan mempercepat pengiriman dan meningkatkan kepuasan pelanggan.