

BAB V

PENUTUP

Pada bagian ini penutup ini, penulis akan merangkum kesimpulan dari keseluruhan pembahasan 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. PT Semen Padang sudah menerapkan strategi pemasaran berkelanjutan secara aktif perusahaan ini sudah menjalankan strategi pemasaran yang tidak hanya bertujuan meningkatkan keuntungan, tetapi juga memperhatikan dampak terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa PT Semen Padang tidak hanya fokus pada hasil penjualan, tetapi juga pada tanggung jawab sosialnya sebagai perusahaan besar.
2. Prinsip ESG Menjadi Dasar dalam Strategi Pemasaran
PT Semen Padang telah menerapkan prinsip *Environmental, Social, and Governance (ESG)* di banyak aspek bisnisnya, mulai dari produksi, bahan baku, hingga promosi. Misalnya, perusahaan ini menggunakan energi terbarukan (seperti listrik dari matahari) dan bahan bakar alternatif seperti sekam padi dan limbah kelapa sawit untuk mengurangi emisi karbon.
3. Inovasi produk ramah lingkungan membantu meningkatkan citra positif perusahaan

Produk yang dihasilkan, seperti semen hijau atau semen ramah lingkungan, bukan hanya menunjukkan tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan, tetapi juga menjadi keunggulan yang membedakan dari perusahaan lain. Hal ini memperkuat citra perusahaan sebagai produsen semen yang peduli pada kelestarian lingkungan.

4. Promosi Menggunakan Strategi ATL dan BTL yang Efektif

PT Semen Padang menggunakan dua pendekatan promosi yaitu *Above The Line* (ATL) dan *Below The Line* (BTL). ATL digunakan untuk menjangkau masyarakat luas melalui media seperti TV, koran, dan billboard. Sedangkan BTL digunakan untuk mendekati diri secara langsung ke konsumen, seperti melalui brosur, pameran, dan kegiatan CSR. Gabungan kedua strategi ini membantu memperkuat kesan positif masyarakat terhadap perusahaan.

5. Program CSR Memberikan Dampak Positif untuk Masyarakat dan Citra Perusahaan

Salah satu contoh program CSR yang dijalankan adalah “*Nabuang Sarok*”, yaitu program pengelolaan sampah berbasis masyarakat. Program seperti ini menunjukkan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan masyarakat sekitarnya, yang tentu saja berdampak positif pada pandangan masyarakat terhadap perusahaan.

6. Citra Positif Terbentuk dari Banyak Faktor

Citra perusahaan tidak hanya terbentuk dari produk yang dihasilkan, tetapi juga dari sikap dan pelayanan karyawan, kebijakan sosial perusahaan, dan komunikasi yang terbuka dan jujur kepada publik. Semakin baik semua

aspek ini dijalankan, semakin positif juga citra yang terbentuk di benak konsumen dan masyarakat umum.

7. Tantangan Masih Ada, Tetapi Bisa Diatasi

Tantangan utama yang dihadapi PT Semen Padang adalah bagaimana meyakinkan konsumen untuk memilih produk ramah lingkungan yang mungkin harganya sedikit lebih mahal. Selain itu, investasi untuk teknologi ramah lingkungan juga membutuhkan dana besar. Namun, perusahaan tetap konsisten untuk berinovasi dan menjalankan komitmennya terhadap keberlanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, berikut adalah beberapa saran yang dapat dipertimbangkan oleh PT Semen Padang untuk lebih mengoptimalkan penerapan strategi pemasaran berkelanjutan dan peningkatan citra perusahaan:

5.2.1 Untuk PT Semen Padang

1. Meningkatkan Komunikasi dan Edukasi Konsumen:

- Meskipun kesadaran konsumen meningkat, perlu ada upaya yang lebih gencar dan kreatif untuk mengedukasi konsumen tentang manfaat langsung dan tidak langsung dari produk semen yang ramah lingkungan, meskipun harganya mungkin sedikit lebih tinggi.
- Gunakan berbagai saluran komunikasi (digital marketing, media sosial, kampanye edukasi) untuk menyampaikan cerita di balik upaya keberlanjutan perusahaan, seperti proses produksi yang efisien,

penggunaan bahan bakar alternatif, dan dampak positif program CSR. Buatlah informasi ini mudah dipahami dan relevan bagi konsumen awam.

2. Transparansi dan Pelaporan Keberlanjutan yang Lebih Detail:

- Terus tingkatkan transparansi mengenai kinerja lingkungan dan sosial perusahaan. Publikasikan laporan keberlanjutan secara berkala dan mudah diakses, mencakup metrik yang jelas mengenai pengurangan emisi, penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah, serta dampak positif program CSR.
- Pertimbangkan untuk mendapatkan sertifikasi keberlanjutan tambahan dari lembaga independen yang diakui secara internasional untuk semakin memperkuat kredibilitas dan kepercayaan publik

3. Inovasi Berkelanjutan yang Berorientasi Pasar:

- Terus berinvestasi dalam penelitian dan pengembangan untuk menghasilkan produk semen yang tidak hanya ramah lingkungan tetapi juga menawarkan keunggulan kompetitif dalam hal kualitas, efisiensi, atau aplikasi khusus yang dibutuhkan pasar.
- Jelajahi potensi kolaborasi dengan universitas, lembaga penelitian, atau startup teknologi untuk mempercepat inovasi dalam mengurangi jejak karbon dan mengembangkan material konstruksi berkelanjutan lainnya.

4. Memperkuat Keterlibatan Karyawan dan Pemangku Kepentingan:

- Libatkan karyawan secara lebih aktif dalam inisiatif keberlanjutan perusahaan. Karyawan yang termotivasi dan memahami nilai-nilai keberlanjutan akan menjadi duta terbaik perusahaan.
- Tingkatkan dialog dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, pemasok, pemerintah, dan organisasi lingkungan, untuk memastikan strategi berkelanjutan perusahaan selaras dengan harapan dan kebutuhan mereka.

5. Pengukuran dan Evaluasi Citra Perusahaan Secara Berkala:

- Lakukan survei dan analisis citra perusahaan secara berkala untuk memahami persepsi publik dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.
- Gunakan indikator kinerja utama (*Key Performance Indicators/KPIs*) yang spesifik untuk melacak efektivitas program pemasaran berkelanjutan terhadap peningkatan citra dan loyalitas konsumen.

5.2.2 Untuk Pembaca dan Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini dapat menjadi dasar untuk melakukan penelitian kualitatif yang lebih mendalam melalui wawancara terstruktur dengan manajemen PT Semen Padang, karyawan, dan perwakilan komunitas lokal untuk mendapatkan wawasan yang lebih kaya tentang tantangan dan keberhasilan implementasi strategi pemasaran berkelanjutan.
2. Bagi pembaca yang tertarik pada industri semen, penelitian ini menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan di sektor ini dapat beradaptasi dengan tuntutan keberlanjutan. Pembaca dapat

mempertimbangkan untuk menerapkan prinsip-prinsip yang sama dalam industri lain yang memiliki dampak lingkungan signifikan.

3. Peneliti selanjutnya dapat memperluas fokus penelitian dengan menambahkan variabel kuantitatif, seperti dampak strategi pemasaran berkelanjutan terhadap penjualan produk ramah lingkungan atau indeks loyalitas merek.
4. Dapat juga dilakukan studi komparatif antara PT Semen Padang dengan perusahaan semen lain (baik di Indonesia maupun global) yang juga menerapkan strategi pemasaran berkelanjutan untuk mengidentifikasi praktik terbaik dan area pengembangan.

