

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang tata persuratan di PT Semen Padang dapat disimpulkan bahwa:

1. Departemen Komunikasi dan Hukum Perusahaan memiliki 4 unit yang terdiri dari Unit Humas dan Kesekretariatan, Unit CSR, Unit Hukum & GRC dan juga Unit Keamanan. Didalam Unit Humas dan Kesekretariatan juga di bagi menjadi 4 bagian yaitu bagian Humas (Hubungan Masyarakat), sekretariatan dan protokoler, hubungan institusional dan rumah tangga. Bagian kesekretariatan memiliki tugas admin salah satunya yaitu menerima proposal , dimana PT Semen Padang menerima proposal sebanyak kurang lebih 150 per/tahunnya.
2. Pengelolaan *surat* dilakukan PT Semen Padang dengan cara yaitu pertama proposal diterima oleh admin dari pihak eksternal kemudian dilakukan pengecekan dokumen dan diberikannya disposisi.
3. Banyaknya proposal yang masuk ke dalam perusahaan baik dari pihak eksternal maupun *stakeholder* maka akan dilakukannya *mapping* atau pemetaan terhadap *stakeholder* tersebut. Hal ini merupakan salah satu hambatan perusahaan yaitu sulitnya dalam pengambilan keputusan perusahaan dalam memberikan *sponsorship*.

4. Proposal yang telah disposisi akan diproses kembali oleh perusahaan untuk pertimbangan dalam memberikan bantuan dan dapat menghabiskan waktu yang cukup lama.

5.2 Saran

1. Pemberian bantuan lebih baik dilakukan berdasarkan *stakeholder mapping*, sehingga kegiatan administrasi perusahaan yang berhubungan dengan persuratan akan lebih mudah untuk dilaksanakan karena telah adanya pengelompokkan berdasarkan tingkat kekuatan (*power*) dan pengaruh (*interest*) nya terhadap perusahaan dan juga agar perusahaan dapat memberikan *range* atau rentang dana pada setiap *ring*. Sehingga kegiatan administrasi dapat berjalan secara efektif dan efisien.
2. Dalam pengambilan keputusan bukan hanya dilihat dari *Ring* atau *stakeholder mapping* tersebut tetapi juga dapat dilihat dari besarnya acara tersebut, besarnya jangkauan *audience* suatu acara, dan juga dilihat dari peluang promosi perusahaan dalam *event*/acara tersebut untuk membangun *brand awareness* atau kesadaran merek perusahaan terhadap konsumen.
3. Pemrosesan proposal masuk dilakukan secepat mungkin sesuai prosedur agar pihak *eksternal* maupun *stakeholder* tidak menunggu dalam waktu yang lama dan bisa segera melanjutkan kegiatannya.