

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Dari seluruh uraian yang telah dibahas pada bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan secara umum dari hasil pengamatan dan analisis data yang telah penulis lakukan. Dan berusaha untuk memberikan saran-saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perusahaan.

1. Implementasi strategi bauran promosi.
 - a. Kegiatan bauran promosi yang dilakukan PT. Garam (Persero) adalah dengan membuat iklan garam lososa yang bisa dengan mudah diakses lewat media sosial, televisi, mengikuti event tertentu di berbagai daerah, ikut berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat serta memberikan edukasi secara langsung melalui personal selling agar konsumen bisa mendapatkan informasi dengan lengkap.
 - b. Kegiatan bauran promosi PT. Garam (Persero) menghabiskan dana sebesar sebanyak Rp. 2.731.000.000 yang terbagi menjadi 5% untuk pengeluaran hubungan masyarakat sebesar Rp. 155.000.000, selanjutnya 20% untuk *direct marketing* dan *personal selling* sebesar Rp. 522.000.000, untuk bagian promosi penjualan perusahaan mengeluarkan dana sebesar 25% yakni Rp. 754.000.000, dan dana terbesar yang dikeluarkan adalah untuk periklanan sebesar 50% yakni Rp. 1.300.000.000, perusahaan mengeluarkan dana sebesar nominal tersebut, dilakukan agar promosi untuk produk yang dikeluarkan dapat berjalan semaksimal mungkin.