

ANALISIS DAMPAK *FREQUENCY MARKETING PROGRAM*

PADA PEMASARAN PT. CIPTA GAGAS LESTARI



Tugas Akhir

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Mencapai Gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran pada Program Studi
Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Sebelas Maret Surakarta

Disusun Oleh:

ANISA KUSUMAWATI

F3217007

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PEMASARAN

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS SEBELAS MARET

SURAKARTA

2020

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul:

ANALISIS DAMPAK *FREQUENCY MARKETING PROGRAM* PADA PEMASARAN PT. CIPTA GAGAS LESTARI

Surakarta, 30 Juni 2020

Disetujui dan Diterima Oleh

Dosen Pembimbing



Desy Mayasari S.E., M.Sc

NIP. 1987121120130201

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul :

ANALISIS *FREQUENCY MARKETING PROGRAM* PADA PEMASARAN

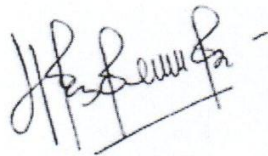
PT. CIPTA GAGAS LESTARI

Telah Disahkan oleh Tim Penguji Tugas Akhir
Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Sebelas Maret Surakarta

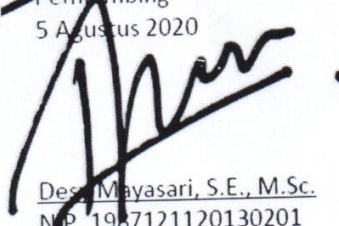
Surakarta, 06 Agustus 2020

Tim Penguji Tugas Akhir

Penguji



Amina Sukma Dewi S.E.,M.Sc
NIP. 197712072008122002.

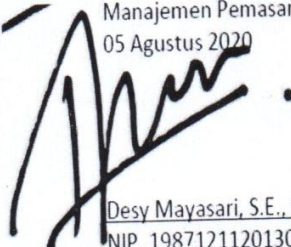
Pembimbing
5 Agustus 2020

Desy Mayasari, S.E., M.Sc.
NIP. 1987121120130201

Mengetahui,

Direktur



Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak.
NIP. 196909241994021001

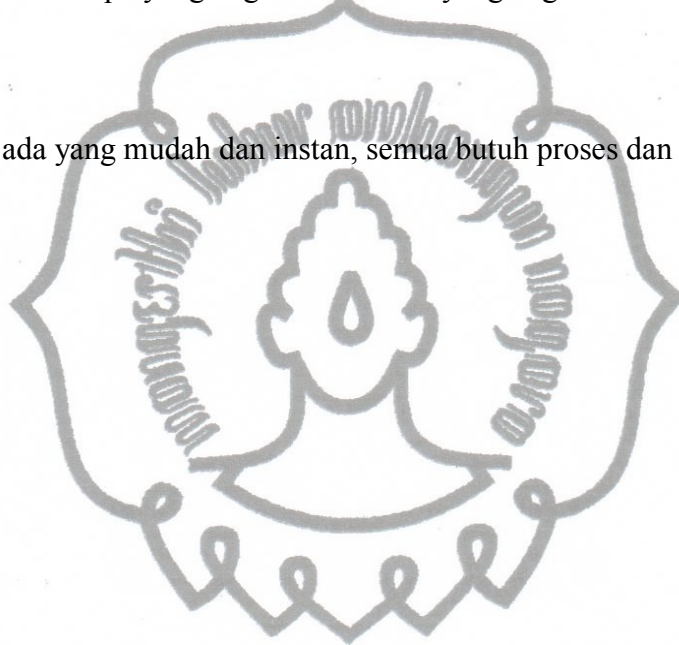
Kepala Program Studi D3
Manajemen Pemasaran
05 Agustus 2020

Desy Mayasari, S.E., M.Sc.
NIP. 1987121120130201

HALAMAN MOTTO

“Learn from the past, live for today, and plan for tomorrow”

“Apa yang engkau tanam itu yang engkau tuai”

“Tidak ada yang mudah dan instan, semua butuh proses dan perjuangan”



HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada halaman persembahan tugas akhir ini, saya ingin mempersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan lancar.
2. Bapak dan Ibu serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan semangat.
3. Teman-teman Diploma III Manajemen Pemasaran 2017.
4. Sahabat-sahabat saya yang selalu menyemangati dan memberikan dukungan.
5. Tempat saya magang yaitu PT. Cipta Gagas Lestari yang telah memberikan ilmu selama kegiatan magang dan memberikan pengalaman yang berharga.
6. Almamater yang saya banggakan.

ABSTRAK (IN BAHASA)**ANISA KUSUMAWATI****F3217007**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dilakukan pada PT. Cipta Gagas Lestari Pacitan. Sumber data yang digunakan adalah data primer dari perusahaan berupa wawancara dengan kepala bagian promosi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penerapan salah satu bentuk promosi penjualan yaitu *frequency marketing program* pada PT. Cipta Gagas Lestari. Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian yaitu dampak penerapan *frequency marketing program* pada perusahaan dan pelanggan PT. Cipta Gagas Lestari yaitu (1) mendapatkan pelanggan baru (PT Cipta Gagas Lestari menawarkan diskon karena ingin pelanggan baru tertarik pada produk-produknya dengan berbatas waktu, sehingga pelanggan baru akan mencoba produk-produk tersebut sekarang ketimbang nanti), (2) meningkatkan penjualan (tujuan PT Cipta Gagas Lestari adalah untuk menjual lebih banyak produknya, tanpa memperhatikan jumlah pelanggan yang membeli. Hal ini untuk meningkatkan volume penjualan, produk dibuat per paket antara produk satu dengan yang lainnya sehingga pelanggan membeli sebanyak mungkin), (3) mendapatkan pelanggan setia (tidak seperti mendapatkan pelanggan baru. Pelanggan setia membutuhkan pola pikir yang berbeda, dengan menggunakan diskon untuk mendorong loyalitas pada merek ketimbang membuat orang mencoba produk PT Cipta Gagas Lestari menyalurkan diskon ini melalui program loyalitas pada pelanggan untuk mendapatkan diskon), (4) menghabiskan stok lama (PT Cipta Gagas Lestari mengadakan diskon untuk membersihkan inventori. Selain untuk tujuan meningkatkan penjualan, diskon bertujuan untuk menghabiskan produk yang tidak laku).

Kata kunci : Promosi penjualan, *frequency marketing program*

ABSTRACT (IN ENGLISH)**ANISA KUSUMAWATI****F3217007**

This research uses descriptive method carried out at PT. Cipta Gagas Lestari Pacitan. The data source used is primary data from the company in the form of an interview with the head of the promotion department. This study aims to determine the impact of the application of one form of sales promotion, namely the frequency marketing program at PT. Cipta Gagas Lestari. This study uses descriptive qualitative data analysis methods with the results of the study, namely the impact of the application of frequency marketing programs on companies and customers of PT. Cipta Gagas Lestari namely (1) get new customers (PT Cipta Gagas Lestari offers discounts because they want new customers to be interested in their products with a limited time, so new customers will try these products now rather than later), (2) increase sales (The aim of PT Cipta Gagas Lestari is to sell more of its products, regardless of the number of customers who buy, this is to increase sales volume, products are made bundled between products so that customers buy as much as possible), (3) get loyal customers (not like getting new customers, loyal customers need a different mindset, by using discounts to encourage brand loyalty rather than getting people to try products, PT Cipta Gagas Lestari distributes these discounts through loyalty programs to customers to get discounts), (4) spend old stock (PT Cipta Gagas Lestari holds discounts for members turn inventory. In addition to the purpose of increasing sales, the discount aims to spend products that do not sell).

Keyword: Sales promotion, *frequency marketing program*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan penulis kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan tepat dan lancar. Atas limpahan rahmah dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul **“Analisis Dampak *Frequency Marketing Program* Pada Pemasaran PT. Cipta Gagas Lestari”**.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat dalam mencapai Gelar Ahli Madya pada Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini, terutama kepada:

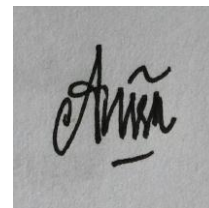
1. Drs. Santoso Tri Hananto, M.Acc., Ak. selaku Direktur Sekolah Vokasi Universitas Sebelas Maret.
2. Prof. Drs, Djoko Suhardjaonto, M.Kom.(Hons)., Ph.D., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret.
3. Ibu Desy Mayasari, S.E.,M.Sc selaku Ketua Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
4. Ibu Desy Mayasari, S.E.,M.Sc selaku Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan Tugas Akhir.
5. Bapak Drs. Mohammad Amien Gunadi, M.Pselaku Pembimbing Akademik yang membantu, membimbing dan mengarahkan selama perkuliahan berlangsung.
6. Bapak Willianto, selaku pimpinan dari PT. Cipta Gagas Lestari, yang telah berkenan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan magang kerja.

7. Seluruh karyawan dan pembimbing di tempat magang PT. Cipta Gagah Lestari yang sudah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulisan Tugas Akhir saya.
8. Ibu dan Bapak Dosen selaku Dosen Pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmunya selama perkuliahan.
9. Bapak dan Ibu juga keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan.
10. Sahabat dan teman-teman DIII Manajemen Pemasaran 2017 terima kasih untuk kerjasama, dukungan dan kebersamaannya selama ini.
11. Sahabat dan teman-teman saya di luar lingkup kampus yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
12. Semua pihak yang telah membantu namun tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembacanya dan pihak-pihak yang membutuhkan.

Surakarta, 30 Juni 2020

Penulis



ANISA KUSUMAWATI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Promosi	5
B. <i>Frequency Marketing Program</i>	14
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Desain Penelitian.....	19

B. Jenis dan Sumber Data	19
C. Metode Pengumpulan Data	19
D. Teknik Analisis Data	20
E. Metode Pembahasan	20
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Gambar Umum Perusahaan	22
B. Laporan Magang Kerja	25
C. Analisis	33
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	40
B. Kelemahan Penelitian	41
C. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	45

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Kegiatan Magang Kerja.....	27
-----------	----------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Cipta Gagas Lestari 24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara	45
Lampiran 2 Gambar	51

