

STRATEGI TRADE PROMOTION PADA CLOTHING COMPANY "CV. SEEPHYFOUR CREASHINDO PRATAMA" DI YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN JUMLAH RETAILER

TRADE PROMOTION STRATEGY IN CLOTHING COMPANY CV. SEEPHYFOUR CREASHINDO PRATAMA" IN YOGYAKARTA TO INCREASE NUMBER OF RETAILERS

SKRIPSI

Diajukan guna Melengkapi dan Memenuhi Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Kesarjanaan Dalam Strata-I (S1) Pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Adhitya Insan Mahaputra

20070530135

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN

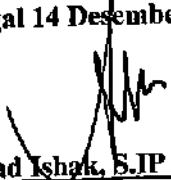
Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan dihadapan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta :

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Desember 2011
Tempat : R. Sidang Jurusan Ilmu Komunikasi
Dengan nilai :

SUSUNAN TIM PENGUJI



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu
Persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1)
Tanggal 14 Desember 2011


Aswad Ishak, S.IP., M.Si
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

MOTTO

“.....ALLAH tidak hendak menyulitkan kamu, tetapi Dia hendak membersihkan kamu dan menyempurnakan nikmat-Nya bagimu, Supaya kamu bersyukur”

(Al-Maidah : 6)

“Kita tidak bisa menjadi bijaksana dengan kebijaksanaan orang lain, tapi kita bisa berpengetahuan dengan pengetahuan orang lain “

(Michel De Montaigne)

Genius adalah 1% Inspirasi dan 99% Keringat. Tidak ada yang dapat menggantikan kerja keras.

Keberuntungan adalah sesuatu yang terjadi ketika kesempatan bertemu dengan kesiapan

(Thomas A. Edison)

Take time to THINK, it is the source of power. Take time to READ, it is the foundation of wisdom. Take time to QUITE, it is the opportunity to seek God. Take time to DREAM , it is the

future made of Take time to PRAY it is the greatest power on earth

HALAMAN PERSEMBAHAN

ALLAH SWT. Segala puji bagi-MU Ya Rabb. Terimakasih atas limpahan nikmat, rahmat, dan karunia yang telah Kau berikan untuk ku hingga saat ini.

Alhamdulillahirobbil'alamin.

Junjungan kami, Rasulullah SAW. Yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan hingga zaman yang terang.

Papa dan Mama, terimakasih untuk cinta, kasih sayang, doa, dukungan, serta kesabaran Papa dan Mama dalam membimbingku.

Dada, Mama, You adalah semangat dan motivasiku

SPECIAL THANKS TO

Kakak ku Annissa Nuariningtyas (@NissaNuarie), terimakasih untuk cinta, dukungan dan doamu

Dhea Chandra Erista (@dheace), terimakasih untuk cinta dan kasih sayangmu, makasih udah sabar banget ngadepin aku.

Bu Yenni, makasih bu, udah mau bimbing saya selama ini, makasih kesabaramnya, terimakasih juga untuk Mbak Firly dan Mas Zein, makasih buat ujiannya yang sangat istimewa buat gw.

GENBAS, @yusrielize, @dheace, @chadikin, @anthiot, @doorio, @SoeryaR, @KMLICHSN, @reeko_rock, Hoho, Yudha, @zulfikra, orang-orang gila ini yang membuat saya tambah gila, gw Cuma gak rela kualitas humor kalian akan menurun Cuma gara-gara ke-mainstreaman, hahaha

Seephylliz Deluxe & Sippirilli Monzster, tanpa ini gw gak bakalan lulus sob, terimakasih buat Mas Anang dan Mbak Merry, udah ngijinin aku buat penelitian di Seephylliz . Temen-temen Seephylliz divisi Online dan all crew, @RatnaPutria, @adieXclash, @teemye, @lhamWidian, @dinoherdhy, @FeriPrasetya, Hera, Fius, @IrsamPompey, @maristamara, @tikaciko, @nizarhfaisal, @faeruz_raden, @putycuppu, @apriisnanto thanks udah menjadi partner in crime bronn.....

Buat Crew Samar Picture, @doorio, @reeko_rock, @putriachi, @yusrielize, Triska, @SoeryaR, Hoho, @deje_arta, @reez_green, thanks buat ide-ide segar dalam buat film, di "Rumah" ini lah gw bisa mengeksklore apa yang ada di kepala gw tanpa ada batasan, thank you guys

D'renbow, @dhezii, Yanti, @reez_green, anak-anak manja yang ternyata lebih rajin daripada gw, duluan lulus ninggalin gw, kampretti, tapi btw, kalian adalah warna buat gw di semester-semester awal.

Buat @prasetyo_arif, Bagus, Ihsan, ardhi, Faiz, dan anak kos lain yang gw gak kenal karena banyak anak baru, thanks udah suka ngerepotin minta aer, hahaha

Buat CIKO (Cinema Komunikasi), tanpa ini gw gak bakalan ngerti tentang film, kritis tentang film, dan bisa bikin film. Buat anak-anak CIKO, thanks banget udah pernah jadi partner berkarya yang baik

Terimakasih buat "Kapan Aku Mau Kemana", "Ujian Mbok Wedok", "Alive", yang mengajari gw akan susahnyanya kepemimpinan dan tanggung jawab, dan thanks juga buat "Nyanyian Seruni", "Garis Lini", yang mengajarkan gw mempelajari semua divisi dalam Film.

Thanks buat (Alm) Budhe Bingah, Teh Ririn, Bang ismed, Raihan, Nazel, karena kalian aku bisa pergi ke Aussie, dan ini menjadi bagian dalam rangkaian Skripsiku

Teman-teman Public Relation 07 dan Komunikasi 07 yang gak bias disebutin satu persatu, terimakasih buat kerjasamanya selama ini

"B 6468 WO" Sang Motor Cinta, meskipun banyak yang bilang lo "Ubi Cilembu" sampe motor sampah,meskipun lo dulu sering mogok tapi buat gw lo istimewa udah nemenin gw 5 tahun.

Thank you Buat orang-orang yang pernah ada di samping gw dari SD sampai yang terakhir, thanks banget bagaimanapun juga kalian pernah menjadi bagian hidup gw

Buat orang-orang yang menganggap gw musuh, thanks karena kalian gw jauh lebih termotivasi

Ibu kos dan bapak kos selama di jogja, pertama keluarga Bu Waki, makasih ya bu dulu pernah ngerusakin listrik buat produksi film "Kapan Aku Mau Kemana", hehe. Kedua buat Keluarga Pak Darminto, meskipun sampe detik ini gw masih benci banget sama listrik kos lo, tapi thanks deh udah sabar ngadepin anak kos kayak gw. Hahaha...

Terakhir buat YOGYAKARTA dan seisinya....kota yang paling Istimewa dan gak akan pernah terlupakan.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh....

Puji Syukur *Alhamdulillah* penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, serta hidayah-NYA sehingga penulis bisa menyelesaikan sebuah karya kecil dengan judul "Strategi *Trade Promotion* Pada *Clothing Company* "CV. Seephyfour Creashindo Pratama" di Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah *Retailer*".

Skripsi ini ditujukan sebagai bentuk referensi tambahan mengenai pemahaman tentang bagaimana *Trade Promotion* yang dilakukan oleh suatu perusahaan yaitu CV SEEPHYFOUR CREASHINDO PRATAMA dalam melakukan strategi pemasarannya. Disamping itu, skripsi ini juga berfungsi sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana S-1 pada Jurusan Ilmu komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Dalam penulisan skripsi ini, tentu banyak tantangan dan hambatan yang penulis hadapi, namun berkat doa, dorongan, bimbingan dan nasihat, serta bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun materi yang tidak ternilai harganya, akhirnya skripsi ini bisa terselesaikan. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menghaturkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. HM. Dasron Hamid, MSc. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
 2. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
 3. Ibu Yeni Rosilawati, S.IP., SE., MM. Selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi dan sekaligus menjadi pembimbing yang selalu sabar membimbing dan mengarahkan penulis
 4. Firly Anissa S.IP., MA. , Zein Mufarrih Muktaf S.IP., selaku penguji skripsi.
- Terimakasih atas semua kritik dan saran yang sangat bermanfaat bagi skripsi ini

5. Seluruh dosen Ilmi Komunikasi UMY, terimakasih untuk ilmu pengetahuan dan wawasan yang sangat bermanfaat ini
6. Seluruh staff dan karyawan UMY, pak Jono, pak Muryadi, Pak Yuni, dan Mbak Siti, terimakasih untuk semua bantuannya
7. Segenap Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, keterbatasan pengetahuan, pengalaman, pemahaman, dan kepustakaan, maka penulis akan sangat senang apabila karya ini mendapat berbagai kritik dan saran yang membangun.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Maksud dan Tujuan.....	11

1. Strategi Promosi.....	11
1.1. Strategi Promosi dalam Business-to Business Communications.....	12
2. Trade Promotion.....	13
2.1. Langkah-langkah melakukan Trade Promotion.....	20

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian.....	24
2. Metode Penelitian.....	24
3. Objek Penelitian.....	25
4. Lokasi Penelitian.....	25
5. Teknik Pengumpulan Data	
5.1. Wawancara.....	26
5.2. Observasi.....	27
5.3. Studi Pustaka.....	27
6. Pengumpulan Data.....	28
7. Teknik Analisis Data.....	28

BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan.....	33
1. Sejarah dan Profil Perusahaan.....	34

2. Struktur Organisasi.....	36
3. Produk.....	44
4. Titik Distribusi.....	48
B. Data Khusus.....	50
1. Kegiatan CV. Scephyfour Creashindo Pratama.....	50
C. Logo Perusahaan.....	52
D. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	53

AB III PEMBAHASAN

A. Penyajian Data.....	54
1. Menentukan Tujuan Trade Promotion.....	56
2. Menentukan Jenis Trade Promotion.....	59
2.1. Potongan Perdagangan (Trade Allowance).....	60
2.2. Pameran Perdagangan.....	61
3. Membuat Trade Promotion Program.....	63
3.1. Identifikasi Target Market.....	63
3.2. Menentukan Program Trade Promotion.....	67

a.	Diskon Harga.....	67
b.	Uang Pendorong (Push Money).....	68
c.	Barang Gratis.....	68
3.3.	Merancang Pesan.....	69
3.4.	Memilih saluran Komunikasi.....	70
a.	Below The Line.....	70
b.	Media Elektronik dan Virtual.....	71
c.	Selebrity Endorse.....	75
3.5.	Merancang Anggaran.....	76
4.	Pelaksanaan dan Kontrol dari Trade Promotion.....	77
5.	Evaluasi Program.....	78

B. Pembahasan

1.	Menentukan Tujuan Trade Promotion.....	79
2.	Menentukan Jenis Trade Promotion.....	80
2.1.	Potongan Perdagangan (Trade Allowance).....	80
2.2.	Pameran Perdagangan.....	81
3.	Membuat Program <i>Trade Promotion</i>	83
3.1.	Identifikasi Target Market.....	83

91

a.	Diskon Harga.....	84
b.	Uang Pendorong (Push Money).....	84
c.	Barang Gratis.....	85
3.3.	Merancang Pesan.....	85
3.4.	Memilih saluran Komunikasi.....	86
a.	Below The Line.....	86
b.	Media Elektronik dan Visual.....	87
c.	Selebrity Endorse.....	89
4.	Pelaksanaan dan Kontrol dari <i>Trade Promotion</i>	90
5.	Evaluasi Kegiatan <i>Trade Promotion</i>	90
C.	Analisis Isi kegiatan Trade Promotion oleh CV Seephyfour Creashindo Pratama	93
1.	Analisis SWOT.....	94
1.1.	Analisis lingkungan internal <i>Strengths</i> (kekuatan) dan <i>Weakness</i> (kelemahan)	95
1.2.	Analisis lingkungan eksternal <i>Opportunities</i> (peluang) dan <i>Threats</i> (ancaman)	97

B IV KESIMPULAN DAN SARAN

A.	Kesimpulan.....	100
B	Saran	103