

Efektivitas Kupon Sebagai Alat Promosi : Sebuah Studi Kasus Pada PT Federal Cycle Mustika

Panjaitan, Togap M., author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184564&lokasi=lokal>

Abstrak

Kupon merupakan suatu sertifikat yang diberikan kepada penjual untuk memperoleh penghematan atas pembelian suatu produk tertentu bagi pembawanya. Sebagai salah satu alat promosi penjualan, kupon ini masih jarang digunakan di Indonesia. Oleh karena itu, dalam skripsi ini, penulis bertujuan untuk mengevaluasi keefektifan promosi kupon yang dilakukan di Indonesia oleh PT Federal Cycle Mustika. Metode yang digunakan dalam memperoleh bahan dan data yang diperlukan meliputi penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Penelitian kepustakaan berasal dari catatan kuliah, buku, artikel majalah, dan laporan hasil survei. Penelitian lapangan berasal dari data data promosi kupon PT Federal Cycle Mustika. Hasil analisa menunjukkan bahwa secara keseluruhan terjadi kenaikan dalam periode promosi kupon. Namun kenaikan tersebut tidak memenuhi target penjualan produk yang ditetapkan. Selain itu, timbul reaksi negatif dari anggota saluran distribusi karena mereka dirugikan dengan penawaran kupon tersebut. Secara teoritis, penawaran kupon ini juga dapat mendorong terjadinya penyalahgunaan kupon. Hal ini karena biaya pengembalian kupon lebih besar daripada biaya distribusi dan nilai kupon tersebut cukup signifikan dibandingkan dengan nilai jual produk sepeda. Dari hasil analisa tersebut disimpulkan bahwa promosi kupon yang dilakukan FCM tidaklah efektif. Ketidakefektifan promosi tersebut terlihat dari kegagalan promosi mencapai tujuan, reaksi negatif yang timbul, dan resiko penyalahgunaan kupon. Penulis menyarankan agar perencanaan promosi kupon lebih seksama, dengan memperhatikan pengalaman perusahaan yang telah melakukan promosi kupon. Selain itu, perusahaan juga harus mengkoordinasikan promosi kupon tersebut dengan saluran distribusinya sehingga menguntungkan semua pihak.