

ABSTRAK

PT. Danbi International Kabupaten Garut merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi bulu mata palsu yang 100% hasil produksinya diekspor (tanpa jual lokal). Dalam aktivitas usahanya peneliti menemukan beberapa masalah, yaitu: belum tercapainya volume penjualan dan laba yang dihasilkan belum maksimal.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deksriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan berupa wawancara, observasi, dan penyebaran angket. Responden dalam penelitian adalah tenaga kerja bagian pemasaran dan penjualan PT. Danbi International sedangkan sampel diambil dari 11 responden. Pada tahap analisis data digunakan uji validitas, uji realibilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi rank spearman, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Berdasarkan perhitungan diperoleh koefisien korelasi pearson sebesar 0.894 hal ini menunjukkan bahwa Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Tujuan Penjualan pada PT. Danbi International sangat kuat. Dari hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh sebesar 79,92% sisanya sebesar 20,08% variabel Tujuan Penjualan diberikan oleh faktor-faktor lain yang tidak teridentifikasi.

Hambatan yang dihadapi diantaranya sebagai berikut: proses pengiriman barang yang terhambat dan kurangnya tenaga kerja bagian pemasaran sedangkan usaha yang dilakukan yaitu: perusahaan mengkonfirmasi terhadap pihak konsumen melalui e-mail dan kemudian mencari tenaga kerja yang berkompeten dibidang pemasaran.

Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan adalah dalam kegiatan strategi pemasaran perusahaan dapat mencari alternatif bahan baku yang jauh lebih murah sehingga dalam penetapan harga perusahaan tidak menetapkan harga yang tinggi terhadap produk bulu mata palsu tersebut sedangkan dalam bagian tenaga kerja, perusahaan harus mencari dan menyaring tenaga kerja melalui *job fair* di kota-kota besar.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran dan Tujuan Penjualan