

ABSTRAK

UKM Kopi Ki Oyo adalah UKM yang menghasilkan produk Kopi bubuk dan biji sangrai. Berdasarkan hasil penelitian pada UKM Kopi Ki Oyo Ciamis, peneliti menemukan beberapa masalah dalam pelaksanaan kegiatan Kopi Ki Oyo, yaitu: belum tercapainya target volume penjualan produk kopi dan belum tercapainya target laba yang ditetapkan oleh Kopi Ki Oyo. Masalah tersebut diduga karena kurang maksimalnya dalam melakukan kegiatan periklanan.

Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap pencapaian tujuan penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan berupa: wawancara, observasi partisipan dan penyebaran angket kepada 37 responden. Untuk analisis data digunakan uji validitas, uji rehabilitas, regresi linier sederhana, koefisien korelasi, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

Hambatan yang dihadapi Kopi Ki Oyo yaitu media periklanan yang digunakan Kopi Ki Oyo masih terbatas, hanya bisa mengandalkan media sosial seperti instagram, facebook dan web, belum menggunakan media lain seperti iklan di TV dan Radio. Hambatan lain yaitu Kopi Ki Oyo belum bisa mengalokasikan dana untuk keperluan periklanan berbayar seperti untuk domain web, iklan di instagram dan facebook dan membayar seorang model untuk keperluan endorse produknya.

Usaha yang dilakukan yaitu UKM Kopi Ki Oyo berusaha memperbaiki kekurangan dalam periklanan terutama dalam membuat konten yang menarik yang berisi tentang produk Kopi Ki Oyo di media sosial (instagram, facebook) dan web. Usaha lainnya yaitu, UKM Kopi Ki Oyo berusaha untuk membuat iklan melalui media sosial (instagram, facebook) dan web untuk menginformasikan produknya, dan Kopi Ki Oyo akan berusaha menambah anggaran periklanan.

Saran-saran yang dikemukakan Kopi Ki Oyo seharusnya menambahkan media lain yang efektif dimana media iklan yang umum dan mudah untuk sampai kepada konsumen dengan harga relative terjangkau oleh konsumen. Kopi Ki Oyo sebaiknya menambah dana anggaran untuk periklanan dalam setiap tahunnya. Perusahaan agar memperlancar program periklanannya.

Kata Kunci : Periklanan

ABSTRACT

UKM Kopi Ki Oyo is an UKM that produces coffee powder and roasted beans. Based on the results of research on Kopi Ki Oyo Ciamis, researchers found several problems in the implementation of Coffee Ki Oyo activities, namely: the achievement of sales volume targets for coffee products and the achievement of the profit target set by Kopi Ki Oyo. The problem was allegedly due to lack of maximum advertising activities.

The purpose of the research was to determine the effect of advertising on achieving sales goals. The research method used is descriptive analysis. Data collection techniques are carried out with library research and field research in the form of: interviews, participant observation and questionnaire distribution to 37 respondents. For data analysis used validity test, rehabilitation test, simple linear regression, correlation coefficient, hypothesis testing and coefficient of determination.

Resistance which faced by Kopi Ki Oyo, the advertising media used by Kopi Ki Oyo is still limited, can only rely on social media such as Instagram, Facebook and the web, not using other media such as advertisements on TV and Radio. Another obstacle is that Kopi Ki Oyo has not been able to budget funds for paid advertising purposes such as for web domains, advertisements on Instagram and Facebook and to pay a model for the endorsement of its products.

The effort that was carried out namely UKM Kopi Ki Oyo tried to improve the deficiencies in advertising, especially in making interesting content that contained Coffee Ki Oyo products on social media (Instagram, Facebook) and the web. Another effort is, UKM Kopi Ki Oyo tries to make advertisements through social media (Instagram, Facebook) and the web to inform its products, and Kopi Ki Oyo will try to increase the advertising budget.

The suggestions put forward by Kopi Ki Oyo should add other effective media where advertising media is common and easy to reach consumers with relatively affordable prices for consumers. Kopi Ki Oyo should add budget funds for advertising in each year. The company to expedite its advertising program.

Keywords: Advertising

ABSTRAK

UKM Kopi Ki Oyo nyaeta UKM anu ngahasilkeun produk kopi bubuk sareng biji kopi sangrai. Dumasar hasil panalungtikan di UKM Kopi Ki Oyo Ciamis, paninten cumponna udagan jeung teu cumponan untung anu ditetepkeun perusahaan, nyaeta teu Cukang lantaran kirang maksimum dina kagiatan ngaiklankeun.

Tujuan panalungtikan nyaeta jang nganyahokeun pangaruh ngaiklankeun kana ngahontalan tujuan jualan. Metode panalungtikan nyaeta kapustakaan jeung panalungtikan lapangan ngawengku wawancara, observasi partisipan jeung nyebarkeun angket ka 37 responden pikeun analisis data ngagunakeun uji validitas, uji reliabilitasm regresi linier sederhana jeung koefisien determinasi.

lalangse Nyanghareupan ku kopi Ki Oyo nyaéta média iklan dipaké kopi Ki Oyo masih dugi, mung tiasa ngandelkeun média sosial kawas Instagram, facebook jeung web, acan ngagunakeun media sejenna kayaning iklan dina TV jeung radio. lalangse sejen nyaeta Kopi Ki Oyon teu bisa anggaran keur kaperluan iklan mayar kayaning keur domain web, iklan dina Instagram na facebook jeung mayar modél keur kaperluan produk endorsing.

usaha nu dipigawé yen UKM Kopi Ki Oyo nyoba ngalereskeun nu kakurangan dina iklan, utamana dina nyieun eusi nu ngandung produk Kopi Ki Oyo dina média sosial (Instagram, facebook) jeung web. usaha lianna anu UKM Kopi Ki Oyo nyobaan nyieun iklan via média sosial (Instagram, facebook) jeung web pikeun ngabewarakeun produk na, sarta kopi Ki Oyo nyata bakal nambahan anggaran iklan.

Saran nu tiasa didugikeun ku panalungtikan pikeun maju Kopi Ki Oyo kedah nambahan média iklan anu umum sarta gampang pikeun meunangkeun pamakéna kalawan harga relatif mirah ku pamakéna. Kopi Ki Oyo kedah ningkatkeun anggaran keur iklan dina unggal taun. Pausahaan guna mempermudah program iklan na.

Kecap Konci : Ngaiklankeun