ABSTRAK

BAHASA INDONESIA

Perusahaan Karya Sama Textile Majalaya adalah perusahaan yang menghasilkan produk tekstil berupa kain. Berdasarkan hasil penelitian pada perusahaan Karya Sama Textile Majalaya, peneliti menemukan beberapa masalah dalam pelaksanaan kegiatan perusahaan, yaitu: belum tercapainya target penjualan produk kain yang telah ditetapkan perusahaan dan belum tercapainya target laba yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Masalah tersebut diduga karena kurang giatnya perusahaan dalam melakukan periklanan terutama dalam menginformasikan produknya dan perusahaan kurang memperhatikan kelebihan media dalam menjangkau konsumen.

Tujuan penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh periklanan terhadap pencapaian tujuan penjualan. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan penelitian kepustakaan, wawancara, observasi dan penyebaran angket kepada 12 populasi. Untuk analisis data digunakan uji validitas instrument, pengujian reliabilitas instrument, regresi linier sederhana, koefisien korelasi Rank Sperman dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari penelitian, menunjukan bahwa adanya pengaruh positif periklanan terhadap pencapaian tujuan penjuaalan. Varians yang terjadi pada variabel penjualan (Y) 87,61% ditentukan oleh varians yang terjadi pada variabel periklanan (X) sisanya sebesar 12,39% ditentukan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian, seperti pelayanan, kedekatan, kepuasan pelanggan dan faktor lainnya.

Hambatan-hambatan yang dihadapi perusahaan yaitu tidak adanya sdm yang dapat mengelola periklanan dengan baik, belum memiliki tempat strategis untuk pemasaran produk dan bersaing dengan produk impor. Usaha-usaha yang dilakukan, perusahaan terus memperbaiki kekurangan kekurangan dalam periklanan, melakukan evaluasi periklanan dengan sederhana, mempererat hubungan baik dengan konseumen lama. Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan antara lain perusahaan Karya Sama Textile sebaiknya melakukan periklanan dengan lebih giat lagi dan memperbanyak media periklanan agar lebih beragam untuk dapat memperkenalkan produk kepada konsumen dengan cepat. Perusahaan Karya Sama Textile sebaiknya memperhatikan hal-hal lain seperti kepuasan konsumen yang belum sepenuhnya dilakukan oleh perusahaan mengenai fasilitas yang memadai dan informasi produk yang diberikan.

Kata kunci : **Periklanan dan Tujuan Penjualan**

***ABSTRAK***

***BAHASA INGGRIS***

*Majalaya Karya Sama Textile Company is a company that produces textile products in the form of fabrics. Based on the results of the research at the Karya Sama Textile Majalaya company, the researchers found several problems in the implementation of company activities, namely: the achievement of sales targets for fabric products that had been set by the company and not yet achieving the profit targets set by the company. This problem was allegedly due to the lack of enthusiasm of the company in advertising, especially in informing its products and the company paid less attention to the advantages of the media in reaching consumers.*

*The purpose of the study was conducted to determine the effect of advertising on achieving sales goals. The research method used is descriptive analysis. Data collection techniques were carried out by library research, interviews, observation and questionnaires to 12 populations. For data analysis used the instrument validity test, instrument reliability testing, simple linear regression, hypothesis testing, Sperman Rank correlation coefficient and coefficient of determination.*

*Based on the results of the data obtained from the research, it shows that there is a positive influence of advertising on the achievement of accounting goals. The variance that occurs in the sales variable (Y) 87.61% is determined by the variance that occurs in the advertising variable (X) the remaining 12.39% is determined by other factors outside the research, such as service, closeness, customer satisfaction and other factors.*

*Suggestions that the researcher can put forward include the Karya Sama Textile company, which should advertise more actively and increase the advertising media so that it is more diverse to be able to quickly introduce the product to consumers. The same Textile Works Company should pay attention to other things such as customer satisfaction that has not been fully carried out by the company regarding adequate facilities and product information provided.  
  
Keywords: Advertising and Sales Objectives*

**ABSTRAK**

**BAHASA SUNDA**

Karya Sama Textile Majalaya nyaéta pausahaan nu ngahasilkeun produk tékstil mangrupa kaen. Dumasar hasil panalungtikan dina pausahaan Karya Sama Textile Majalaya, paninten manggihan sababaraha pasoalan dina ngalaksanakeun kagiatan pausahaan, nyaéta: teuacan dugi kana patokan pangicalan anu atos ditangtoskeun pausahaan,sareng henteu acan kadugi teh target kauntungan anu atos di tangtoskeun pausahaan. Cukang lantaran dina pausahaan teh disababkeun alatan pausahaan kirang getol dina ngalakukeun bewara, utamana tina ngabewarakeun produkna jeung pausahaan kurang merhatikeun kaunggulan media dina ngahontal konsumen.

Tujuan tina ieu panalungtikan dilaksanakeun pikeun mikanyaho pangaruh bewara kana hasil tujuan pangjualan. Metode anu dipaké nya éta analisis deskriptif. Téhnik anu dipake dina panalungtikan nyaeta kapustakaan jeung panalungtikan lapangan ngawengku wawancara, observasi non partisipan, jeung nyebarkeun angket ka 12 populasi. Pikeun alat analisis data anu dipake ngagunakeun uji validitas instrumen, uji réliabilitas instrumen, régrési liniér sederhana, koefisien korelasi rank Sperman jeung koéfisién determinasi.

Dumasar hasil data anu kapanggih dina panalungtikan , némbongkeun yén pangaruh positif bewara dina ngahontal tujuan pangjualan. Varian anu lumangsung dina variabel jualan (Y) 87.61% ditangtukeun ku varian nu lumangsung dina variabel bewara(X) sésana 12,39% ditangtukeun ku faktor sejen di luar panalungtikan, kayaning jasa, kadekeutan, kapuasan konsumen jeung faktor séjén.

Halangan-halangan anu di singhareupan ku pausahaan, nyaeta teu aya na sdm anu tiasa ngalola bewara anu bener, teu acan ngagaduhan tempat pausahaan anu strategis kanggo masarkeun hasil usaha, jeung bersaing sareng produk impor. Usaha-usaha anu dipake, pausahaan terus ngomean kakurangan-kakurangan dina bewara, ngalakukeun evaluasi bewara anu saderhana, ngaraketkeun hubungan alus jeung konsumen anu geus lila. Papatah-papatah anu bisa dikahareupkeun saperti, pausahaan karya sama textile kuduna ngalakukeun bewara anu lewih getol sareng ngalobaan media bewara supaya lewih rupa-rupa guna bisa ngawanohkeun produk ka konsumén. Pausahaan karya sama textile kudu merhatikeun hal séjén saperti kapuasan konsumen anu teu acan sadayana dilaksanakeun ku pausahaan, ngeunaan fasilitas anu nyukupan sarta informasi produk anu disadiakeun.

Konci: Bewara jeung Tujuan Panjualan