

ABSTRAK

Usaha Kecil Donat Ilham Bandung merupakan salah satu usaha bisnis dimana usaha ini memproduksi dan menjual Donat. Dalam aktivitas usahanya peneliti menemukan beberapa masalah, yaitu tidak stabilnya penjualan pada Usaha Kecil Donat Ilham Bandung. Sedangkan yang menjadi penyebab masalah tersebut adalah 1) Sulitnya para konsumen menemukan lokasi perusahaan dikarenakan jauh dari pusat keramaian dan pusat pembelanjaan di Kota Bandung, 2) Kurang gencarnya dalam melaksanakan kegiatan promosi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif. Dimana yang menjadi variabel X adalah promosi dan yang menjadi variabel Y adalah tujuan penjualan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara terstruktur, penyebaran angket, dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode *successive interval*, uji validitas alat ukur, uji reliabilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi pearson, uji signifikansi hubungan, pengujian regresi linier sederhana, pengaruh variabel X terhadap Y, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian maka pengaruh promosi terhadap tujuan penjualan sebesar 73,62% atau dapat dikatakan bahwa varian yang terjadi pada variabel tujuan penjualan (Y) 73,62% ditentukan oleh varian yang terjadi pada variabel promosi (X). sisanya sebesar 26,38% ditentukan oleh faktor-faktor lain diluar penelitian seperti pesaing yang mempunyai lokasi lebih strategis dan mudah dijangkau oleh kendaraan umum, online shop dan barang barang yg lebih berkualitas.

Hambatan-hambatan yang dihadapi oleh Usaha Kecil Donat Ilham Bandung adalah bahwa Usaha Kecil Donat Ilham Bandung belum mampu untuk mengoptimalkan media promosi yang dimilikinya sehingga konsumen belum bisa mengenali produk – produk yang dimiliki oleh perusahaan, mengenai lokasi penjualan Usaha Kecil Donat Ilham Bandung belum dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen. Sehingga konsumen merasa kesulitan dalam mencari lokasi perusahaan. Hal tersebut terjadi karena lokasi Usaha Kecil Donat Ilham Bandung jauh dari pusat keramaian

Saran dari penelitian ini sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan perhatian pada promosi yaitu dengan salah satu strategi yang dilakukan dengan cara meningkatkan penggunaan media sosial, dengan memanfaatkannya media sosial maka volume penjualan akan meningkat.

Kata Kunci: Promosi dan Penjualan

RINGKESAN

Usaha Kecil Donat Ilham Bandung mangrupikeun salah sahiji usaha bisnis dimana usaha ieu the ngadamelan sarta ngajual donat. Dinu kagiatan usahana pananglukti mendakan sababaraha masalah, nyaeta henteu saimbangna penjualan di Usaha Kecil Donat Ilham Bandung. Sedangkeun anu janten penyebab masalah eta nyaeta 1) Sesahna para konsumen mendakkaeun lokasi perusahaan sabab perusahaan jauh tina tempat rame jeung tempat balanja di Kota Bandung , 2) Kirang giatna dinu ngalaksanakeun kagiatan promosi.

Metodeu panangluktikan anu di anggo dinu panagluktikan ieu the nya eta metodeu analisis deskriptif. Dimana anu janten variabel X na nya eta promosi sarta anu janten variabel Y na nya eta tujuan penjualan. Tehnik pangempelan data anu di anggo nya eta observasi, wawancara, nyebarkeun angket, sarta studi kapustakaan. Tehnik analisis data anu di anggo nya eta metodeu *sucessive interval*, uji validitas alat ukur, uji realibilitas, uji hipotesis, koefisien korelasi *pearson*, uji signifikansi hubungan, pengujian regresi linier sederhana, pangaruh variabel X kanu Y, sarta koefisien determinasi.

Berdasarkeun data anu di kengingkeun dina hasil panaglutikan teh nyaeta pangaruh promosi ka tujuan penjualan saageung 73,62% atanapi tiasa disebatkeun bahwa varian anu kalaksana kana variabel tujuan penjualan (Y) 73,62% ditangtukeun ku varian anu kalaksana dina variabel promosi (X). Sesana saageung 26,38% ditangtukeun ku faktor-faktor sejen tiluar panangluktikan sapertos pesaing nu boga lokasi leuwih strategis sarta gampang diakses ku angkutan umum, balanja online jeung kualitas barang anu leuwih alus.

Halangan-halangan anu disanghareupan ku Usaha Kecil Donat Ilham Bandung nyaeta Usaha Kecil Donat Ilham Bandung acan sanggup ngaoptimalkeun media promosi anu dipiboga sangkan konsumen acan nyaho produk-produk anu dipiboga perusahaan. Tempat penjualan Usaha Kecil Donat Ilham Bandung acan bisa kajangkau ku konsumen. Konsumen ngarasa hese milarian tempat perusahaan. sabab perusahaan jauh tina tempat rame jeung tempat balanja di Kota Bandung.

Nu bongbolongan dina pananglutikanieu saena pausahaan leuwih ningkatkeun deui perhatosan promosi salah sahijina nyaeta ningkatkeun make media social, ngamanfaatkeun media sosial bakal ningkatkeun penjualan

Kecap Konci: Promosi sarta Penjualan

ABSTRACT

Usaha Kecil Donat Ilham Bandung is one of the businesses where the business is to produce and sell donat. In its business activities the researchers found several problems, that is: instability of sales Usaha Kecil Donat Ilham Bandung. While the cause of the problem is 1) Difficulties of consumers finding the location of the company because it is far from the crowd centers and shopping centers in the City of Bandung,,2) Less vigorous in carrying out promotional activities.

The method used in this research is descriptive analysis method. Where that becomes a variable X is the promotion and into a variable Y is the purpose of sale. Data collection techniques were used that observation , structured interviews , questionnaires , and literature study. Data analysis technique used is the method successive interval , test the validity of measuring instruments , test reliability , test hypotheses , Pearson correlation coefficient , test the significance of the relationship , a simple linear regression testing , the effect of variable X to Y , and the coefficient of determination

Based on the data obtained from the results of the study, the effect of the promotion on sales goals is 73,62% or it can be said that the variance that occurs in the sales destination variable (Y)73,62% is determined by the variance that occurs in the promotion variable (X). the remaining 26,38% is determined by other factors outside of research such as competitors who have more strategic locations and are easily accessible by public vehicles, online shops and quality goods.

The obstacles faced by Usaha Kecil Donat Ilham Bandung are that Usaha Kecil Donat Ilham Bandung has not been able to optimize the promotional media it has so consumers cannot recognize the products owned by the company, regarding the location of the sale of the Usaha Kecil Donat Ilham Bandung has not been easily accessible by consumers. So that consumers find it difficult to find the location of the company. This happened because of the location of Usaha Kecil Donat Ilham Bandung Ass far from the center of the crowd

Suggestions from this research should companies increase their attention to promotion with one of the strategies carried out by increasing the use of social media, by utilizing social media the sales volume will increase.

Keywords : Promotion and Sales