**Abstrak**

**CV Artizha *Shoes* merupakan perusahaan sepatu kulit *home industri*  yang berlokasi di Jl Muararajeun Kota Bandung. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di CV Artizha *Shoes* diperoleh fakta bahwa terdapat masalah tentang pengaruh strategi pemasaran terhadap tujuan penjualan. Hal ini terlihat dari indikator: Jenis produk yang kurang *up to date* sehingga tidak menarik konsumen, dan tempat yang kurang strategis menghambat kegiatan pemasaranya, oleh karena itu konsumen susah untuk datang langsung ke tempat produksinya.**

**Tujuan diadakan Penelitian ini adalah untuk meneliti bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan oleh CV Artizha *Shoes* terhadap peningkatan tujuan penjualan produknya. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti yaitu Analisis Deskriptif dengan permasalahan terciptanya pengaruh strategi pemasaran terhadap target penjualan CV Artizha *Shoes*, yang di gunakan oleh peneliti adanya variabel bebas dan variabel terikat, teknik pengumpulan datanya yaitu data primer dan juga observasi non partisipan yang di sebarkan oleh 20 responden.**

**Hasil analisis berdasarkan uji koefisien kolerasi rank spearman menunjukan terdapat pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Target Penjualan adalah sebesar 77,79% dan dikatakan terdapat hubungan yang erat dan searah, sehingga dapat dikatakan apabila strategi pemasaraan dilakukan dengan baik maka target penjualan akan baik. Dengan hasil hubungan sebesar 77,79% ini menunjukan hubungan yang signifikan, dengan kata lain permasalahan jenis produk yang kurang inovasi dan tempat yang kurang strategis, perusahaan harus melakukan perencanaan baru untuk mengubah strategi pemasaran agar target penjualan tercapai.**

**Rekomendasi sebagai bahan masukan pemilik dan karyawan harus bisa memberikan inovasi baru dalam menciptakan *desain* produk yang *up to date* danmenyesuaikan *trend*  terbaru. Untuk mencapai target penjualan pada perusahaan seharusnya pemilik memiliki tempat penjualan yang strategis agar kegiatan pemasaran pada CV Artizha *Shoes* dapat berjalan sesuai harapan.**

**Kata Kunci : *Strategi Pemasaran dan Target Penjualan***

***Abstract***

***CV Artizha Shoes is a home industry leather shoes located in Bandung. Based on research conducted in CV Artizha Shoes Bandung City teak obtained by the fact that there are concerns about the effect of marketing strategy on sales targets. This is evident from the indicator: type of products that are less up to date so as not to attract consumers, and the less marketing strategy inhibiting activity, therefore it is difficult for consumers to come directly to the place of production.***

***The aim of this study was to examine how the marketing strategy undertaken by CV Artizha Shoes to increased product sales targets.***

***The method used by the researchers is Descriptive Analysis with issues the creation of influence marketing strategy sales target CV Artizha Shoes in Bandung City, a variable that is in use by researchers the independent variables and the dependent variable, data collection techniques are primary data and observations non participants in the spread by 20 respondents.***

***The results of analysis based on Spearman rank correlation coefficient test showed there are significant Marketing Strategies to Target Sales amounted to 77.79% and it is said there is a close relationship and unidirectional, so it can be said if the strategy pemasaraan done properly then the target will be good. With the results of this relationship amounted to 77.79% showed a significant relationship, in other words the problem of the type of product that is less innovation and less strategic, companies must make a new plan to change marketing strategies in order to achieve sales targets.***

***Recommendations as input owners and employees should be able to provide new innovations in creating product designs are up to date and customize the latest trend. To achieve sales targets on the company should the owners have to be strategic sales marketing activities on CV Artizha Shoes can run as expected.***

***Keywords : Marketing Strategies and Sales Goals***

**Abstrak**

**CV Artizha *Shoes* hiji pausahaan nyulam home industry nu aya di Kota Bandung Jl Muararajeun. Dumasar panalungtikan dilakukeun dina CV Artizha *Shoes* diala ku kanyataan yén aya kasalempang pangaruh strategi marketing dina target penjualan. Ieu dibuktikeun ti indikator: jenis produk anu kurang up to date jadi teu mikat pamakéna, sarta kagiatan pamasaranna kurang strategis, saba kitu hese pikeun pamakéna datang langsung ka tempat produksina.**

**Tujuan tina ulikan ieu ka nalungtik kumaha strategi marketing undertaken ku CV Artizha *Shoes* ka ngaronjat target penjualan produk. Metodeu nu digunakeun ku panalungtik téh Analisis deskriptif jeung isu kreasi pangaruh marketing target penjualan strategi CV Artizha *Shoes* variabel anu dipaké ku panalungtik variabel bebas jeung variabel gumantung, téhnik kumpulan data anu data primér jeung observasi non pamilon dina sumebarna ku 20 responden.**

**Hasil analisis dumasar kana Spearman test koefisien korelasi rank némbongkeun aya Strategi Marketing signifikan ka target penjualan amounted ka 77,79% jeung eta ceuk aya hubungan deukeut jeung unidirectional, ku kituna bisa ngomong lamun pemasaraan strategi dipigawé bener tuluy target bakal alus. Jeung hasil hubungan ieu amounted ka 77,79% némbongkeun hubungan signifikan, dina basa sejen masalah tipe produk nu kurang inovasi jeung kurang strategis, pausahaan kudu nyieun rencana anyar pikeun ngarobah strategi marketing dina raraga ngahontal target penjualan.**

**Saran salaku boga input jeung karyawan kudu bisa nyadiakeun inovasi anyar dina nyiptakeun desain produk anu up to date jeung ngaluyukeun trend panganyarna. Pikeun ngahontal target penjualan dina pausahaan kudu boga kudu kagiatan jualan marketing strategis dina CV Artizha *Shoes* bisa ngajalankeun saperti nu diharapkeun.**

**Sanggem Konci : Strategi Pamasaran sarta Tujuan Panjualan**