

ABSTRAK

CV. KJB mangrupa salasihiji pausahaan UMKM (usaha mikro jeung sedeng leutik) anu ngadeg taun 2016 anu ngajual ransel dina wangun ransel, sling bag, kaméra, anu ngarojong kaperluan para nonoman produktif kalayan Merk Atva Bags. Target pasar Atva Bags nyaéta nonoman urban, berpendidikan, umur millennial (15-25 taun) anu aktip, kreatif sareng produktif, tapi tetep modis. Hiji pausahaan boga masalah, nya éta targét penjualan dina hal volume penjualan jeung laba penjualan anu dimeunangkeun ku pausahaan tacan kahontal sarta tacan nyumponan targét anu dipikahayang atawa geus robah-robah (kaayaan atawa kondisi anu henteu tetep atawa robah). Anu jadi sabab masalah tina kaayaan penjualan ieu kusabab hese ningkatkeun kualitas sareng kréativitas panyipta kontén dina ngébréhkeun ide atanapi konsép promosi sakumaha anu digariskeun dina kontén TikTok Atva Bags kusabab terbatasna rohangan sareng kontén anu nyiptakeun konten dina ngahasilkeun bahan TikTok. atawa eusi nu narik perhatian panempo.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh content creator kana volume penjualan Tas Merk Atva dina CV. KJB Bandung. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta méthode déskriptif analisis kalawan pendekatan kuantitatif. Téhnik ngumpulkeun data primér dilaksanakeun ku observasi non-partisipan, wawancara terstruktur jeung angkét. Sedengkeun ngumpulkeun data sékundér dilakukeun ku dokumén, buku jeung jurnal. Angkét disebarkeun ka 15 pagawé, ku kituna téhnik sampling nya éta sésusus. Téhnik analisis data anu digunakeun dina ngitung pangaruh content creator kana volume penjualan Kantong Atva Merk nyaéta ngagunakeun uji validitas, uji réliabilitas, régrési liniér basajan, koefisien korelasi rank Spearman jeung analisis koefisien determinasi.

Dumasar kana hasil panalungtikan anu geus dilaksanakeun, bisa dicindekkeun yén content creator némbongkeun pangaruh anu positif kana targét penjualan Penjualan Tas Merk Atva némbongkeun pangaruh positif 82,1%. Sésana 17,9% tina variabel targét penjualan dirumuskeun ku faktor séjén anu henteu diidentifikasi ti luar pangajaran, sapertos: kualitas palayanan, kualitas produk, sareng sajabana.

Saran anu tiasa ditepikeun ku panalungtik nya éta nu boga usaha kudu ngaronjatkeun kagiatan content creator dina ngalaksanakeun stratégi pamasaran anu leuwih punjul ti saméméhna. Dipiharep ku ngalaksanakeun strategi penjualan anu optimal, panghasilan penjualan anu hadé tiasa dimeunangkeun. Pamilik usaha kedah nampilkeun produk Atva Bags anu henteu pikaboseneun dina hal warna atanapi desain. Hadé pisan saupama nu boga usaha bisa méré fasilitas kantor nu nyaman jeung nyukupan pikeun palaksanaan content creator, sabab ku ayana fasilitas kamar nu alus, dina ngahasilkeun eusi bisa ngébréhkeun gagasan konsép jeung ngaronjatkeun kréativitas nu leuwih unik jeung metot.

Sanggem Kunci: Content Creator, Penjualan