

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI PADA UMKM MINUMAN POP ICE SIRING DI MUARA TEWEH

Muthia Adha Andini¹, Farida Yulianti², Prihatini Ade Mayvita³

¹Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA), Rahmah Lestari, 19311023

²Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA), Dwi Wahyu Artiningsih, SE, MM, 061702981

³Manajemen, 61101, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA), Noorlaily Maulida, SE, MM, 06110808
Email: Rahmahlestari12@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : 1. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dalam meningkatkan minat beli minuman Pop Ice Siring di Muara Teweh. 2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang seharusnya diterapkan dalam meningkatkan minat beli konsumen pada UMKM minuman Pop Ice Siring.

Kota Muara Teweh sedang mengalami pertumbuhan yang pesat dengan peningkatan fasilitas dan infrastruktur, Penulis akan mengevaluasi strategi pemasaran bisnis minuman Pop Ice Siring di Kota Muara Teweh.

Metode penelitian yang dipakai ialah deskriptif kualitatif, Dalam analisis peneliti, penerapan strategi pemasaran melalui 1). Segmentasi, 2). Targeting, 3). Positioning, 4). Marketing Mix.

Hasil penelitian menunjukkan 1. Strategi yang dilakukan oleh UMKM Minuman Pop Ice siring sudah cukup baik untuk menghadapi persaingan dalam menarik minat beli konsumen. 2. Penerapan strategi pemasaran dalam meningkatkan minat beli pada produk yaitu : 1) Penerapan manajemen strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan 2) Produk yang dilakukan UMKM minuman Pop Ice Siring di Muara teweh ini memiliki beragam macam bentuk makanan serta minuman. 3). Harga yang sangat relative terjangkau. 4). Tempat yang sangat strategis sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. 5). Promosi yang digunakan mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap para konsumennya sehingga terciptanya respon positif dari para konsumen.

Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Minat Beli, UMKM