

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

Rahmah Lestari<sup>1</sup>, Dwi Wahyu Artiningsih<sup>2</sup>, Noorlaily Maulida<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) Muhammad Arsyad Al-Banjari, 19311023

<sup>2</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA), Muhammad Arsyad Al-Banjari, 061702981

<sup>3</sup>Manajemen, 61201, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan (UNISKA), Muhammad Arsyad Al-Banjari, 1119027801

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. Teknik pengumpulan data berupa penelitian observasi, wawancara, dan dokumentasi.

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 : Penerapan manajemen strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan, Produk (*Product*) yang dilakukan UMKM minuman Pop Ice Siring di Muara teweh ini memiliki beragam macam bentuk makanan serta minuman. Harga (*Price*) yang sangat relative terjangkau. Tempat (*Place*) yang sangat strategis sehingga dapat dijangkau oleh konsumen. Promosi (*Promotion*) yang digunakan mampu memberikan pelayanan yang baik terhadap para konsumennya sehingga terciptanya respon positif dari para konsumen.

**Kata kunci : Strategi, Pemasaran, Minat Beli, UMKM**

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifien, S. R. (2019). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Konferensi Nasional Ilmu Administrasi*, 3(1).
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Strategik Teori Dan Implementasi*.
- Bunyamin, S. E. (2021). *Manajemen pemasaran*.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022). *Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee)*. *Responsive: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi, Sosial, Humaniora Dan Kebijakan Publik*, 5(1), 19-25.
- FAJRI, A. (2022). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN DI PT POS INDONESIA KABUPATEN SINJAI*.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, E., Sudarso, A., Purba, B., ... & Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*.
- Harahap, E. F. (2019). *Pengaruh strategi pemasaran terhadap keputusan pembelian asuransi kendaraan bermotor pada PT Asuransi Sinarmas Cabang Garut*. *Journal Knowledge Management*, 12(1), 012-020.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020, June). *Strategi pengembangan digitalisasi UMKM*. In *Prosiding Seminar Nasional LPPM Unsoed* (Vol. 9, No. 1).
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). *Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya*. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258-1266.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). *Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Kotler, P and Amstrong , *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2017.
- Kristia, S. E., & Harti, H. (2021). *Pengembangan Media Promosi Berbasis Aplikasi Tiktok Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Ukm Dm-Seafood*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1428-1438.
- Kusumaningrum, R. A., Iranita, I., & Syuzairi, M. S. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRATEGI PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA KERIPIK TEMPE SARIMAS KOTA TANJUNGPINANG*. *Student Online Journal (SOJ) UMRAH-Ekonomi*, 2(2), 1348-1357.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). *Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso*.

JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu  
Ekonomi Dan Ilmu Sosial, 13(1), 123-128.

- Mariana, L. (2020). *Evaluasi Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Umkm Di Kpp Pratama Makassar Barat*. Invoice: Jurnal Ekonomi Akuntansi, 2(1), 38-52.
- Mubarok, N. (2017). *Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista*. I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics, 3(1), 73-92.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro*. In Prosiding Seminar Nasional Unimus (Vol. 2).
- Mursyid, A. B. D. I. L. L. A. H. (2022). *Analisis Strategi Pemasaran Naufal Bakery Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen*.
- Nabilla, A. G., & Tuasela, A. (2021). *Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Pada Diva Karaoke Rumah Bernyanyi Di Kota Timika*. JURNAL KRITIS (Kebijakan, Riset, dan Inovasi), 5(2), 21-40.
- Nasyatul, A. (2020). *PENGARUH STORE ATMOSPHERE, BRAND AMBASSADOR DAN GREEN MARKETING TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN INNISFREE CENTRAL PARK MALL*. Jurnal Manajemen, 5(1), 42-58.
- NOER, M. A. (2022). *Mengidentifikasi Segmen Pasar dan Memilih Pasar Sasaran*.
- Pakpahan, M., Amruddin, A., Sihombing, R. M., Siagian, V., Kuswandi, S., Arifin, R., ... & Aswan, N. (2022). *Metodologi Penelitian*.
- Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., ... & Kutoyo, M. S. (2022). *Manajemen Pemasaran*.
- Rafika Dwi, L. (2019). *ANALISIS PERBEDAAN KEPUASAN PELANGGAN JASA PENGIRIMAN BERDASARKAN HARGA DAN DIFERENSIASI PRODUK (Studi Kasus pada Pelanggan JNE Kantor Perwakilan Kranji)*.
- Rahayu, R. S. (2018). *Studi Literatur: Peranan Bahasa Inggris untuk Tujuan Bisnis dan Pemasaran*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 1(4), 149-158.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies*.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*.
- Yudaningsih, N. (2021). *BAB 3 PENERAPAN KONSEP PEMASARAN. MANAJEMEN PEMASARAN: SAAT INI DAN MASA DEPAN*, 30.