

**ANALISIS  
STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN  
MINAT KONSUMEN PADA LEMBAGA KURSUS DAN PELATIHAN  
CENARI EDUCATION CENTER BANJARMASIN**

**Diajukan sebagai syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen**



**Oleh:**

**NAMA : ICUK ZURIXO  
NPM : 18.31.0630**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN (UNISKA)  
MUHAMMAD ARSYAD AL BANJARI BANJARMASIN  
2022**

## ABSTRAK

**Icuk Zurixo, 2022, Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Lembaga Kursus dan Pelatihan Cenari Education Center Banjarmasin, Pembimbing I : Hj. Farida Yulianti, SE., MM, Pembimbing II : Lamsah, SE., MM**

Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Dalam teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kasmir dan Fandy Tjiptono, strategi pemasaran yang dilakukan menggunakan 4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), proses (*process*), dan tempat (*place*). Semua aspek 4P telah diterapkan oleh LKP Cenari Education Center Banjarmasin, akan tetapi hal ini belum berjalan maksimal di LKP Cenari Education Center Banjarmasin faktanya di dalam menarik minat beli konsumen masih terlihat sulit untuk mendapatkan para konsumen.

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini antara lain observasi dan wawancara. Teknik pengolahan data dengan melalui dua tahap yaitu reduksi data dan penyajian data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh LKP Cenari Education Center Banjarmasin sudah baik dengan memanfaatkan media online misalnya seperti WhatsApp, Facebook dan Instagram serta secara offline dari mulut ke mulut. Akan tetapi semua strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh LKP Cenari Education Center Banjarmasin baik secara online maupun offline dampaknya masih sulit dalam menarik minat beli konsumen.

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran dan Minat Konsumen

## **ABSTRACT**

***Icuk Zurixo, 2022, Analysis of Marketing Strategy in Increasing Consumer Interest in the Cenari Education Center Banjarmasin Course and Training Institute, Advisor I : Hj. Farida Yulianti, SE., MM, Advisor II : Lamsah, SE., MM***

*Marketing strategy is a strategy used by companies that produce goods or services on an ongoing basis to win market competition on an ongoing basis. In the marketing theory proposed by Kasmir and Fandy Tjiptono, the marketing strategy used is the 4Ps, namely product, price, process and place. All aspects of the 4Ps have been implemented by LKP Cenari Education Center Banjarmasin, but this has not worked optimally at LKP Cenari Education Center Banjarmasin in fact in attracting consumer buying interest it still looks difficult to get consumers.*

*The type of research used by the author is field research, using a qualitative approach. The techniques used in data collection in this study include observation and interviews. Data processing techniques go through two stages, namely data reduction and data presentation.*

*The results showed that the marketing strategy implemented by LKP Cenari Education Center Banjarmasin was good by utilizing online media such as WhatsApp, Facebook and Instagram as well as offline word of mouth. However, all the marketing strategies that have been implemented by LKP Cenari Education Center Banjarmasin both online and offline, the impact is still difficult to attract consumer buying interest.*

***Keywords: Marketing Strategy and Consumer Interest***

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: ALFABET, 2013..
- Amstrong, Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Budianto, *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Ombak, 2013.
- Daryanto, *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Satu Kuliah, 2018.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Bahasa, 2018.
- Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2017.
- Fauzan Almansyur, Djuanidi Ghini. *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR-RUZZ Media, 2012.
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Furchan, Arif. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Usaha Nasional, 2012.
- Gary Amstrong, Philip Kotler. *Principles of Marketing*. Jakarta: Global Edition, 2018.
- Gary Amstrong, Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua belas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 2018.
- Gary Armstrong, Philip Kotler. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 1, terj. Imam Nurmawan*. Jakarta: Erlangga, 2017.
- Hurriyati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta: 2015.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2019..
- Johan Setiawan, Albi Anggito. *Metode Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak, 2018.
- Kasmir, *Studi Kelayakan Bisnis*. Jakarta: Kencana, 2014.
- Keller, Philip Kotler. *Manajemen Jasa*. Jakarta: PT. Indeks, 2008.

- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran Edisi Milinium*. Jakarta: PT.Ikrar Mandiri, 2014.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PP Indeks Kelompok Gramedia, 2014.
- Kotler, Philip. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Lubis, Effi Aswitav. *Metode Penelitian Pendidikan*. Medan: UNIMED Press, 2012.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat: 2013.
- Oentoro, Deliyanti. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo, 2019.
- Olson, Peter. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat, 2014.
- Puthantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2019.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2018.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2012.
- Thamrin. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016.
- Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2015.
- Wiyadi. *Manajemen Pemasaran Strategi dan Program*. Surakarta: Smart Media, 2013.