

# **STRATEGI PEMASARAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN MINAT PELANGGAN PADA UMKM CHELSE HAND MADE MALANG**

Valena Tiwi

Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

email : valenatiwi2@gmail.com

## **ABSTRAK**

Strategi pemasaran produk sebagai salah satu dasar yang dipakai dalam menyusun perencanaan usaha secara menyeluruh sehingga mampu meningkatkan minat pelanggan membeli produk. Implementasi strategi pemasaran produk akan memberikan nilai tambah bagi produk, menciptakan kepuasan konsumen dan mempertahankan usaha untuk bersaing di pasaran. Tujuan penelitian ini Untuk menganalisis strategi pemasaran produk guna meningkatkan minat pelanggan pada UMKM Chelse Hand Made.

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Informasi penelitian ini adalah pemilik Chelse Hand Made. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara dan dokumentasi. Metode analisa data yang di gunakan adalah analisis SWOT.

Hasil penelitian membuktikan bahwa strategi pemasaran produk mengutamakan promosi melalui sosial media, namun strategi promosi yang lebih efektif yaitu peningkatan kualitas produk dan melakukan produksi sesuai dengan kebutuhan konsumen. Penentuan strategi pemasaran yang tepat agar usaha dapat terus bertahan dan mengembangkan suatu strategi bersaing yang sesuai untuk menghadapi segala kemungkinan perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan usaha.

**Kata Kunci:** *Analisis SWOT, Strategi Pemasaran Produk, Minat Pelanggan*

## DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, A. 2012. *Marketing Management*. New Jersey US: Pearson Education, Inc.
- Kotler, dkk. 2012. *Marketing Management*. New Jersey, US: Pearson Education, Inc.
- Kotler, P. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Indeks.
- Rangkuti F. 2009. *Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Bogor: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumarwan, U. 2014. *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- <http://www.tribunnews.com/bisnis/2017/09/05/mendorong-ukm-naik-kelas-lewat-astra-ventura> Diunduh: 5 September 2017 15:20 WIB.