

ABSTRAK

M. ALVI RUSYADI. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Pada Gerai 212 Mart Banjarmasin Dala Perspektif Ekonomi Islam.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: (I) Ansharullah S,Ag M.Fill

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Perspektif Ekonomi Islam

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji dua persoalan yaitu: (1) bagaimana strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Banjarmasin , (2) bagaimana kegiatan pemasaran syariah pada Gerai 212 Mart Banjarmasin.

Untuk mengungkapkan kedua persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, maka penulis menggunakan metode penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif dengan sumber data primer dan sekunder untuk memberikan informasi, fakta dan data tentang strategi pemasaran pada Gerai 212 Mart Banjarmasin dalam perspektif ekonomi Islam dengan melakukan wawancara secara langsung kepada 6 orang diantaranya pihak Gerai 212 Mart Banjarmasin dan konsumen yang menjadi informan.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) strategi pemasaran Gerai 212 Mart Banjarmasin telah menerapkan strategi produk dan strategi harga meski masih terdapat kelemahan pada strategi tempat dan strategi promosi (2) kegiatan pemasaran Gerai 212 Mart Banjarmasin telah sesuai dengan nilai-nilai syariah, yaitu nilai ketakwaan yang mereka miliki, adil, berkepribadian yang baik, kerendahan hati dalam melayani konsumen, tidak curang dalam mengenalkan kualitas produk, serta menepati janji.