

ABSTRAK

Noor Sari. 2022. *Analisis Strategi Pemasaran pada Produk SR12 dalam Perspektif Islam (Studi pada Winda Shop Kota Banjarmasin)*. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Rohana Faridah, S.E., M.M.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Produk SR12, Perspektif Islam.

Penelitian ini bertolak dari perkembangan industri kosmetik di Indonesia yang berkembang pesat. Potensi-potensi dalam industri kosmetik menyebabkan timbulnya persaingan dalam industri kosmetik. Agar sebuah usaha dapat bertahan diperluan strategi pemasaran yang baik guna memanfaatkan potensi tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode wawancara dan dokumentasi. Jenis penelitian ini adalah *field research* (penelitian lapangan) dengan terjun ke lokasi penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan.

Berdasarkan hasil penelitian, usaha Winda Shop di Kota Banjarmasin ini telah mampu menggunakan strategi bauran pemasaran 4P dengan baik dalam meningkatkan pemasaran Winda Shop serta para Agen dan *resellernya*. 4P tersebut yaitu *Price* (harga); harga yang ditawarkan SR12 cukup terjangkau, *Place* (tempat); letak Winda Shop ini sangat strategis, tempatnya bersih dan tidak ada yang menjual produk yang sama. Dan *Promotion* (Promosi); Winda Shop mempromosikan produk SR12 melalui beberapa media sosial. Secara umum usaha Winda Shop ini sudah berjalan sesuai dengan prinsip Ekonomi Islam yaitu dengan berikhtiar (berusaha), memberikan manfaat, amanah atau tanggung jawab, kejujuran, serta ikhlas dan tulus.