

## ABSTRAK

**Maryani Natarina, 2022.** *Faktor Yang Memengaruhi Pemasaran Teh Gaharu Pada PT. Mitra Alam Semesta Indonesia Kabupaten Banjar.* Skripsi, jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Bisnis Dan Ekonomi Islam. Pembimbing Patimatu Jahra S. Ag, M.Si

**Kata kunci :** Pengaruh, Pemasaran, Bauran Pemasaran.

Dalam pemasaran ada faktor yang memengaruhinya, hal ini dapat memacu penjualan, pengenalan brand atau merk dapat dikenal oleh masyarakat hingga perusahaan mendapatkan keuntungan atau laba. Sehingga penulis tertarik melihat adanya peluang besar teh gaharu Masindo dapat bersaing dan maju dengan merk teh lainnya karena teh ini mempunyai khasiat juga dan menjadi daya tarik kepada masyarakat untuk mengenal teh gaharu Masindo.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Dalam mencari informasi melakukan wawancara kepada pemilik teh perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi, selanjutnya dilakukan analisis untuk mendapatkan sebuah kesimpulan.

Dengan teknik analisis kualitatif peneliti dapat menghasilkan kesimpulan: *pertama*, faktor yang memengaruhi pemasaran teh gaharu Masindo adalah bauran pemasaran atau *marketing mix 4P*. Yaitu produk nya yang mempunyai khasiat dan manfaat, harganya yang masih terjangkau dan bisa dibeli karena tidak terlalu mahal dan sesuai dengan khasiatnya, pendistribusiannya luas melalui *marketplace* dan penjualannya mencapai luar negeri, promosi yang dilakukan bagus sehingga banyak orang yang mengetahui teh ini dengan segala manfaatnya sehingga membuat daya tarik pada masyarakat. *Kedua*, faktor dominan yang memengaruhi pemasarannya ada dua menurut penulis yaitu produk dan promosi. Produk teh gaharu Masindo ini mempunyai khasiat dan kemaslahatan dan sesuai dengan pangsa pasar. Dengan promosi yang dilakukan lah maka teh gaharu Masindo dapat dikenal oleh masyarakat.