

ABSTRAK

Diana, 2021, Strategi Pemasaran DRW Skincare Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Kosmetik Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Tamberu Kabupaten Sampang, Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura (IAIN), Dosen Pembimbing: Khotibul Umam, S.E.I., M.E.I

Kata Kunci: Pemasaran, DRW Skincare, Peningkatan penjualan, Perspektif Ekonomi Islam

Strategi pemasaran merupakan rangkaian rencana untuk menjangkau target pasar. Strategi pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan suatu produk sehingga dibutuhkan pula landasan norma dan moralitas dalam proses pemasaran pada para konsumen, sehingga strategi pemasaran yang dilakukan oleh penjual dapat meningkatkan penjualan kosmetik DRW Skincare. Berdasarkan hal tersebut maka ada tiga permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam penelitian ini, yaitu: pertama, bagaimana strategi pemasaran yang digunakan penjual kosmetik DRW Skincare sebagai upaya peningkatan penjualan kosmetik di Desa Tamberu Kabupaten Sampang; kedua, bagaimana hasil implementasi strategi pemasaran kosmetik DRW Skincare sebagai upaya peningkatan penjualan kosmetik di Desa Tamberu Kabupaten Sampang; ketiga, Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap penerapan strategi pemasaran DRW Skincare sebagai upaya peningkatan penjualan kosmetik di Desa Tamberu Kabupaten Sampang.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif. Sumber data yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informannya adalah penjual dan pembeli kosmetik DRW Skincare di Desa Tamberu Kabupaten Sampang, sedangkan pengecekan keabsahan data melalui ketekunan pengamat, dan triangulasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa, pertama, Strategi pemasaran yang digunakan pemilik sekaligus penjual kosmetik DRW Skincare yaitu dengan menggunakan alat bauran pemasaran berupa product, Price, Place, Promotion, kedua, strategi pemasarannya diimplementasikan dalam bentuk memperkenalkan produk dengan kualitas baik kepada konsumen, harga yang terjangkau, pendistribusian melakukan penjualan langsung kepada konsumen maupun secara online, strategi promosinya melalui digital marketing di aplikasi seperti Facebook, WhatsApp, dan Instragram. Adapun hasil dari implementasi strategi pemasaran tersebut mengakibatkan penjualan produk kosmetik DRW Skincare mengalami peningkatan selama 3 tahun terakhir. Ketiga, penerapan strategi pemasaran DRW Skincare sudah memenuhi kaidah-kaidah ekonomi syariah, dimana para penjual kosmetik DRW Skincare berusaha menerapkan strategi pemasaran sesuai dengan tauladan Nabi Muhammad SAW, seperti mengutamakan Shiddiq, Amanah, Fathanah, dan Tabliq dalam memasarkan produknya.