

## ABSTRAK

**Haefah Nahel**, 2024, "*Strategi Promosi Al-Maxyglow di Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam*". Skripsi Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing: Bapak Subairi, M.E.

**Kata Kunci:** *Strategi Promosi, Al-Maxyglow, Ekonomi Islam*

Promosi merupakan suatu bentuk aktivitas yang didalamnya terjadi proses kegiatan pemberitahuan suatu produk kepada masyarakat dengan sistem MLM (*Multi Levle Marketing*) yang digukan oleh perusahaan Al-Maxyglow dengan merekrut banyak mitra untuk memperluas jaringan pemasarannya. Salah satunya terdapat agen untuk memperluas jaringan pemasarannya. Al-Maxyglow merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada produk kecantikan. Sesuai dengan akta perusahaan, secara resmi perusahaan Al-maxyglow didirikan pada tahun 2019. Terdapat dua permasalahan yang menjadi kajian pokok dalam permasalahan ini, yaitu: *pertama*, bagaimana strategi pemasaran Al- Maxyglow di Desa Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan, *kedua*, bagaimana strategi pemasaran Al- Maxyglow di Desa Ponjanan Barat Kabupaten Pamekasan dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Sumber data diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi informan pada penelitian ini adalah agen Al-Maxyglow dan konsumen di Desa Ponjanan Barat.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: pertama, dalam pemasarannya agen Al-maxyglow menggunakan strategi bauran promosi yaitu Hasil dari penelitian strategi bauran promosi yang dilakukan oleh Al-Maxyglow untuk mempromosikan skincare diantaranya: a) Periklanan memanfaatkan media online website dan sosial media seperti facebook dan instagram untuk melakukan kegiatan promosi. b) Promosi penjualan dengan mengadakan potongan harga, cashback, dan delivery service (free ongkir), c) Hubungan masyarakat dengan mengadakan diskon besar besaran hingga 30% pada hari tertentu, misaalkan pada hari launching produk, untuk memperingati hari ulang tahun produk d) Pemasaran langsung adalah komunikasi yang biasanya menggunakan telepon, e-mail, internet, surat, facsimile untuk berkomunikasi secara langsung atau meminta tanggapan serta berdialog dengan konsumen tertentu dan calon konsumen. produk. *Kedua* di tinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam pemasaran agen Al- Maxyglow sudah sesuai dengan menerapkan karakteristik pemasaran Islam yaitu, teitis (rabbaniyah), dengan tidak melakukan penipuan karena semua perilakunya selalu diawasi oleh Allah SWT. Realistis Al-Waqiyah Pemasaran yang profesional dengan selalu berpenampilan bersih dan bersahaja saat menemui konsumen. Etis (akhlakiah) dengan mengutamakan sopan dan santun serta akhlak yang baik melayani para konsumen baru dengan yang lama juga tidak melihat dari statusnya selain itu beliau selalu meringankan konsumen yang ingin membeli produk karena agen mempunyai prinsip ukhwah insaniyah (persaudaraan antar manusia).