ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh **Fitriati, BP. 3213.147** program studi strata-1 (S1) Ekonomi Islam, Institut Agama Islam Negri (IAIN) Bukittinggi dengan judul **"ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PARFUM REFILL DALAM MENGEMBANGKAN USAHA DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Azzwars Parfum Bukittinggi)".**

Latar belakang penelitian ini adalah adanya kemajuan tingkat persaingan dunia *fashion* yang sangat ketat salah satunya parfum, sehingga para pebisnis senantiasa berusaha meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Apa yang menyebabkan Azzwars Parfume mampu bersaing meski memiliki harga parfum yang cukup tinggi.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field research*), subjek penelitian ini adalah manajer dan karyawan Azzwars Parfume Bukittinggi. Pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisa yang digunakan adalah melalui analisis SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan strategi pemasaran parfum refill dalam mengembangkan usaha yang cocok bagi Azzwars Parfum adalah strategi S-O (*Strength Opportunity*) dengan total skor 4.35, strategi ini mampu memanfaatkan kekuatan internal perusahaan dalam menghadapi ancaman eksternal perusahaan. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Azzwars Parfum juga sesuai dengan prinsip Islam baik itu dari segi segmentasi pasar, produk, harga, tempat, dan juga promosi.

Strategi S-O yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing yaitu meningkatkan kualitas produk sehingga permintaan pasar tinggi terhadap produk, mengembangkan usaha parfum sampai keluar daerah untuk meraih pangsa pasar yang lebih luas, memberikan kemudahan kepada konsumen untuk menjadi member, meningkatkan kerjasama dengan instansi/usaha lain, memberikan inovasi baru seperti menata ulang letak produk serta memberikan kemudahan kepada mitra untuk bekerjasama dengan Azzwars.