

ABSTRAK

Industri kecantikan dan perawatan kulit saat ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Salah satu perawatan kulit (skincare) adalah tabir surya (sunscreen) untuk melindungi dari sinar matahari hingga visible light seperti blue light yang apabila terkena kulit dapat menyebabkan elastosis dan merusak kulit hingga berpotensi kanker kulit. Untuk menangkal visible light, tinted sunscreen harus mengandung titanium dioxide, zinc oxide, dan iron oxides. Salah satu produk lokal tinted sunscreen adalah Daily Tinted Sunscreen Azloe..

Jenis penelitian yang dilakukan untuk penelitian adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan yang luas tentang tinted sunscreen hingga tentang strategi pemasaran untuk mempertahankan posisi pasar di zaman kompetitif ini dan dapat dijadikan acuan pada penelitian selanjutnya yang membahas tentang tinted sunscreen atau strategi pemasaran pada produk kecantikan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan software Nvivo 14 dengan tahapan import data, coding data, visualisasi data, dan ekstrak data. Selain itu menggunakan perhitungan analisis faktor internal (IFAS) dan eksternal (EFAS) untuk menentukan berada dimana kuadran strategi azloe.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu masukan serta evaluasi bagi perusahaan terutama untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien.

Kata Kunci : Strategi Pemasaran, Tinted Sunscreen, Analisis SWOT