

## ABSTRAK

**Mellyatul Ummah (1820210198), Judul “Minat Berbisnis dengan Strategi Pemasaran pada Mahasiswa Ormawa (Studi Kasus pada 4 HMPS Periode 2022 Fakultas Ushuluddin IAIN Kudus)”.**

Pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin tidak diajarkan secara lebih spesifik mengenai ilmu berbisnis. Kemudian organisasi mahasiswa (ormawa), selain memiliki tugas belajar sebagai mahasiswa aktif, mahasiswa ormawa juga memiliki tugas untuk mengurus organisasi di kampus dan juga masing memiliki kesibukan untuk berbisnis. Pengalaman mahasiswa yang tergambarkan tersebut pastinya terdapat minat dan strategi untuk menjalankan suatu usaha dan mengikuti proses pembelajaran sebagai mahasiswa. Sehingga strategi sangatlah penting agar ketiga konsentrasi tersebut bisa berjalan dengan sebagaimana mestinya.

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian dalam bentuk pembagian perspektif *emik* dan *Human instrument* (orang yang digunakan dalam instrument penelitian. Metode penelitian yang digunakan ini dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa minat berbisnis pada mahasiswa ormawa Fakultas Ushuluddin IAIN Kudus yaitu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya atau menambah uang saku dan juga untuk membantu meringankan beban orang tua. strategi pemasaran yang digunakan mahasiswa Ormawa Fakultas Ushuluddin IAIN Kudus yaitu strategi produk, strategi harga, strategi distribusi/tempat, dan strategi promosi. Untuk dampaknya yaitu berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa Ormawa yang berbisnis hal tersebut disebabkan karena meningkatnya pelanggan dan meningkatnya volume penjualan, adapula sikap kemandirian semakin terbangun dan juga sikap disiplin semakin terjaga.

**Kata Kunci : Minat Berbisnis, Strategi Pemasaran, Bisnis, Ormawa (Organisasi Mahasiswa)**