

**ABSTRAK**

**Salma Savitri, 1950210028, Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM (Studi Kasus Pada Jenang *Al-Husna* Kudus), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, 2023.**

Pemerintah berupaya mengembangkan ekonomi lokal dengan mengembangkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), sektor pertanian dan pariwisata. Salah satunya jenis bisnis produk jajanan yang berkembang adalah olahan jajanan khas yang bernama Jenang. Jenang sendiri merupakan jajanan khas dari Kabupaten Kudus dan orang-orang yang membelinya digunakan untuk oleh-oleh wisatawan lokal yang sedang berkunjung ke kota Kudus. Jenang salah satu olahan jajanan yang hampir selalu ada disemua rumah daerah di Indonesia.

Tujuan penelitian ini yang *pertama* adalah untuk menjelaskan strategi pemasaran pada Jenang *Al-Husna*. Yang kedua untuk menjelaskan cara mengoptimalkan strategi pemasaran pada Jenang *Al-Husna* untuk meningkatkan penjualan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan pada fenomena yang telah dialami di perusahaan. Penelitian ini disebut penelitian lapangan (*Field Research*) yaitu penelitian yang mempunyai tujuan agar dapat mengumpulkan informasi dengan macam-macam, seperti buku, jurnal atau data-data pendukung lainnya yang dapat membantu menyelesaikan penelitian. Dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini yaitu yang *pertama* strategi pemasaran yang dilakukan oleh Jenang *Al-Husna* Kudus dengan menerapkan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* produk. Yang *kedua* cara agar dapat mengoptimalkan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Jenang *Al-Husna* Kudus untuk meningkatkan penjualan adalah dengan mempromosikan melalui media social yaitu Instagram.

**Kata Kunci:** *Strategi Pemasaran, Segmentasi, Targeting, Positioning, Marketing Mix (7P)*