

ABSTRAK

Fela Ayyulfariqoh (1950210146), Analisis Implementasi *Marketing Mix* dalam Peningkatan Penjualan Produk di Perusahaan Perspektif Manajemen Bisnis Syariah (Studi Kasus pada Global Bakery Kudus). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah IAIN Kudus 2023.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Implementasi *Marketing Mix* yang digunakan oleh Global Bakery Kudus untuk meningkatkan penjualan produk di perusahaan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan, dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang mengacu pada konsep *Marketing Mix* (bauran pemasaran) 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence*).

Berdasarkan analisis yang dilakukan bahwa Global Bakery Kudus memiliki bauran pemasaran dalam meningkatkan volume penjualan yaitu: pertama, **produk** dengan menggunakan kualitas produk yang baik dan sudah dipastikan halal. Kedua, **harga** yang ditawarkan mulai dari yang rendah hingga tinggi sesuai dengan permintaan konsumen. Ketiga, **tempat atau distribusi**, dengan saluran distribusi secara langsung dan distribusi tidak langsung. Keempat, **promosi** melakukan promosi secara lisan dan diteruskan mulut ke mulut (*word of mouth*). Kelima, **orang** memperhatikan mengawasi, mengevaluasi kinerja karyawan. Keenam, **proses** mempermudah konsumen dalam pemesanan barang/produk. Dan yang terakhir **Bukti Fisik** dengan memberikan tempat yang nyaman dengan desain yang menarik pelanggan. **Faktor penghambat** dalam *Marketing Mix* dalam meningkatkan penjualan produk yaitu faktor yang berasal dari dalam lingkungan atau faktor internal. **Perspektif Manajemen Bisnis Syariah** yang dijalankan oleh Global Bakery Kudus tercermin dari fungsi manajemen pertama perencanaan mulai dari perumusan visi, misi dan tujuan, kedua pengorganisasian seperti pembagian job description, ketiga motivasi diimplementasikan dengan pendorongan semangat karyawan untuk kreatif dan lebih berkembang, dan keempat pengarahan dengan memberikan pengarahan kepada pekerja mengenai apa yang harus dan tidak boleh dilakukan. Aktivitas manajemen dijalankan dengan memenuhi prinsip amar ma'ruf nahi munkar, penegakkan kebenaran, penegakkan keadilan dan kewajiban menyampaikan amanah.

Kata Kunci: Analisis, Implementasi *Marketing Mix*, Peningkatan Penjualan Produk, Perspektif Manajemen Bisnis Syariah.