

## ABSTRAK

**Ahmad Khirul Faizin, 1950110081, Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Beras dan Katul Ari Jaya di Desa Kirig Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus dalam Perspektif Marketing Syariah.**

Tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Analisis Strategi Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Toko Beras dan Katul Ari Jaya di Desa Kirig Kecamatan Mejobo Kabupaten Kudus dalam Perspektif Marketing Syariah. Pemasaran adalah salah satu penggerak penjualan atau faktor penentu keuntungan perusahaan. Namun, Toko Beras Dan Katul Ari Jaya Toko merupakan distributor beras dan katul selama ini masih menggunakan pemasaran yang belum modern yaitu masih dari mulut ke mulut belum memanfaatkan teknologi di era globalisasi. Sehingga kurang jika diterapkan di era modern seperti sekarang. Bukan hanya itu Usaha Distributor Beras dan Katul Ari Jaya juga belum menerapkan prinsip-prinsip syariah. Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan bentuk penelitian deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian Penerapan strategi pemasaran berdasarkan prinsip marketing di Toko Ari Jaya sangat baik karena mampu mencapai peningkatan volume penjualan di Toko Beras dan Katul Ari Jaya strategi pemasaran yang dijalankan memberikan efek yang baik bagi kemajuan dan perkembangan toko Ari Jaya dengan terus mengalami peningkatan volume penjualan yang diperoleh setiap bulannya. Penerapan harga yang sesuai dengan kualitas yang dipasarkan, promosi yang dilakukan, kualitas produk yang sangat baik, serta kemudahan akses lokasi pada toko Ari Jaya menjadi hal yang mendorong bagi perkembangan dan peningkatan volume penjualan pada Toko Ari Jaya tersebut. Selain itu penerapan prinsip kejujuran dalam setiap transaksi yang dilakukan, penerapan etika ramah dan sopan santun, serta menghindari melakukan kecurangan dalam setiap penjualan yang dilakukan berperan sangat efektif untuk membantu toko Ari Jaya dalam meningkatkan penjualan yang dilakukan setiap bulannya.

**Kata Kunci:** *Pemasaran, Volume penjualan, Marketing syariah.*