

## ABSTRAK

**Muhammad Very Hidayat (1950110058, Analisis Strategi Pemasaran Menurut Perspektif Ekonomi Islam dalam Meningkatkan Penjualan pada Mebel Nabila Margorejo Kudus. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Kudus 2023.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pemasaran yang digunakan oleh Mebel Nabila 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 Mebel Nabila hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan produk yaitu menggunakan konsep 7P (Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence). Kedua, kejujuran dan amanah di terapkan pada kegiatan bisnis di Mebel Nabila agar dapat meningkatkan penjualan dan memberikan kepercayaan kepada pelanggan. Ketiga, Keefektivan tersebut berdasarkan pada strategi pemasaran yang dijalankan berpegang teguh pada prinsip marketing syariah yang terdapat pada ajaran di agama Islam. Dengan berdasar pada prinsip marketing syariah menjadikan peningkatan volume penjualan yang signifikan.

**Kata kunci :Analisis, Penerapan Bauran Pemasaran, Meningkatkan Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam.**