ABSTRAK

Himmatun Nikmah, 1950110050, Implementasi *Marketing Mix Strategy* Terhadap Peningkatan Penjualan Umkm Aneka Keripik Ibu Siti Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kudus, 2024.

Untuk meningkatkan penjualan, pemilik usaha Aneka Keripik Ibu Siti telah menerapkan beberapa strategi yang dianggap efektif. Beberapa strategi tersebut telah terbukti berhasil dalam mengembangkan usahanya, antara lain melakukan promosi di media sosial, peningkatan kualitas produk, dan mencari inspirasi baru untuk menarik minat pembeli. Penelitian ini bertujuan: 1) untuk mengetahui peran *Marketing Mix* dalam upaya peningkatan penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti, dan 2) untuk mengetahui peran *Marketing Mix* dalam upaya peningkatan penjualan UMKM Aneka Keripik Ibu Siti Ditinjau dalam Perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer yakni 1 orang penjual, 1 orang karyawan, dan 7 orang pembeli, serta sumber data sekunder yaitu dari buku dan jurnal yang mendukung penelitian. Data-data penelitian dikumpulkan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah data-data terkumpul dan analisis ini menghasilkan 2 temuan, yaitu: 1) Aneka Keripik Ibu Siti telah berhasil menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan penjualan yaitu dengan menerapkan 4P yang terdiri dari *produk*, *price*, *promosi* dan *place*. 2) Aneka Keripik Ibu Siti juga mendistribusikan produknya melalui kerjasama dengan pihak distributor, seperti toko dan pengecer untuk meningkatkan penjualan. Kedua strategi pemasaran tersebut dinilai dari perspektif ekonomi Islam untuk mengevaluasi sejauh mana usaha tersebut sesuai dengan ekonomi Islam.

Kata Kunci: *Marketing Mix Strategy, Peningkatan Penjualan, Perspektif Ekonomi Islam*