

## ABSTRAK

**Ahmad Saiful Rijal (1720310037) dengan judul “Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif yang Eksis Tengah Pandemi Covid-19 di Kota Kudus (Studi atas Kasus Pelaku UMKM CV. Seleksi Alam Muria Desa Colo Kab. Kudus)”. Skripsi. Kudus : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Manajemen Bisnis Syariah. IAIN Kudus 2022.**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi pengembangan bisnis UMKM pada CV Seleksi Alam Muria yang selalu eksis di tengah pandemi Covid-19 dan mendeskripsikan serta menganalisis pandangan ekonomi Islam mengenai strategi pengembangan bisnis UMKM yang dijalankan di CV Seleksi Alam Muria Kudus.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan juga sumber sekunder. Kemudian teknik pengumpulan data dengan tiga teknik yaitu wawancara semi terstruktur, observasi non partisipatif dan juga dokumentasi. Data yang telah terkumpul dianalisis dengan menggunakan teori miles dan huberman yaitu reduksi data, display data dan juga verifikasi data..

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwasannya 1) Strategi pengembangan bisnis UMKM pada CV. Seleksi Alam Muria yang eksis di tengah pandemi Covid-19 dijalankan dengan upaya menciptakan *brand awarness*, penetapan harga dilakukan dengan berbagai pertimbangan, pemasaran dijalankan baik secara *online* melalui berbagai media sosial dan *marketplace* serta melalui pemasaran *offline* dengan menerima reseller dan bekerjasama dengan toko khususnya di area wisata religi, promosi juga dijalankan melalui media sosial dan dari mulut ke mulut dan perluasan agen serta reseller di seluruh Indonesia. 2) CV. Seleksi Alam Muria menjalankan bisnisnya didasarkan pada prinsip Islam dimana produknya didaftarkan di MUI untuk mendapatkan sertifikat halal dan menjamin kehalalannya, penetapan harga tidak ada kedzaliman karena sesuai mempertimbangkan kewajiban dan tanggung jawab untuk membayar hak pekerjaanya, kebenaran dan kejujuran dalam menjual produk yang sesuai dengan yang dideskripsikan dan pelaksanaan promosi tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

**Kata Kunci : Pengembangan Bisnis, UMKM, Prinsip Islam**