

## ABSTRAK

**Muhammad Chorul Anwar (1520210083).** “*Marketing Mix* Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Bisnis Jenang Armina Mejobo Kudus”.

Dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang diperoleh dari responden (Mas Ali Ismanto selaku pemilik PJ. Armina), serta para Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang memasarkan produk PJ. Armina. Kemudian data tersebut dianalisis secara kualitatif, sehingga dapat diketahui dengan jelas bagaimana cara pelaksanaan kerjasama PJ. Armina dan faktor apa yang mempengaruhi Usaha Mikro Kecil dan Menengah memilih PJ. Armina sebagai mitra usaha serta ditinjau dari perspektif Islam. Pemilihan responden dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan atau pengambilan data langsung pada sumber obyek sebagai sumber informasi yang dicari yaitu dari pemilik, karyawan serta konsumen PJ Armina.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, dari hasil penelitian di atas, mengenai *Marketing Mix* Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan Pada Bisnis Jenang Armina Mejobo Kudus masih mengalami penurunan omzet penjualan dikarenakan penerapan *marketing mix* yang belum maksimal ditambah dengan adanya pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia yang membuat segala jenis aktivitas masyarakat dibatasi oleh pemerintah.

Setelah strategi-strategi *Marketing Mix* dilaksanakan, maka *Marketing* harus mengukur hasil kegiatan promosi yang dilakukannya agar *Marketing* mengetahui seberapa banyak konsumen yang tertarik dengan produk-produk PJ Armina ditambah strategi *marketing mix* perspektif Islam yang diterapkan PJ Armina dengan harapan mampu menambah kepercayaan masyarakat dan loyalitas terhadap PJ Armina.

Dari hasil analisis *Marketing Mix* sebagai upaya strategi pemasaran untuk meningkatkan jumlah penjualan diatas dapat disimpulkan bahwa *Marketing* belum mencapai tujuan yang diinginkan, karena masih mengalami penurunan omzet penjualan, seharusnya setelah melakukan strategi pemasaran, *Marketing* harus melakukan pengukuran hasil promosi, agar *Marketing* mengetahui konsumen tertarik dan tidaknya pada produk yang dipromosikan dan selanjutnya menciptakan inovasi baru pada PJ Armina perspektif Bisnis Islam sehingga masyarakat akan tertarik dan percaya terhadap produk Jenang Armina.

***Kata Kunci: Marketing Mix Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan***