

## ABSTRAK

**Ahmad Ainur Rozaq, 1720210106, Penerapan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Guna Meningkatkan Volume Penjualan Kaligrafi Di Indra Karya Art Pendorowalan Kalinyamat Jepara.**

Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi umat muslim terbesar di dunia. Hal ini tentu menjadi nilai lebih bagi pengusaha-pengusaha yang menggeluti dalam sektor perdagangan yang berhubungan dengan nilai-nilai ke Islam. Indra Karya Art merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang interior ruangan yaitu memproduksi hiasan dinding kaligrafi. Akan tetapi, dalam menjalankan usahanya Indra Karya Art banyak menjumpai masalah-masalah yang berpengaruh dalam meningkatkan volume penjualan. Maka dari itu, diperlukan adanya penerapan *marketing mix* (bauran pemasaran) secara syariah serta mengidentifikasi hambatan dan peluang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian *field research*, pendekatan kualitatif, sumber data primer dan sekunder serta menggunakan metode wawancara, dokumentasi, dan observasi yang diperoleh dari responden terkait dengan permasalahan penelitian. Berdasarkan penelitian, dapat diketahui bahwa Indra Karya Art Pendorowalan Kalinyamat Jepara telah menerapkan *marketing mix* (bauran pemasaran) 4P secara syariah. Bauran produk dengan menciptakan berbagai macam produk-produk kaligrafi dari segi bentuk, bahan dan ukuran. Bauran harga dengan menerapkan klasifikasi konsumen. Bauran promosi dengan mempromosikan produknya melalui: *sales marketing*, *distributor*, *market place* dan pameran expo. Bauran distribusi, distributor memiliki *outlite* di pinggir-pinggir jalan.

**Kata kunci: *Marketing Mix*, *Volume Penjualan***