

ABSTRAK

Salah satu wujud elemen yang sangat penting dalam mempromosikan produk usahanya, pelaku UMKM harus menerapkan strategi *marketing*. Hal ini bertujuan agar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat meningkatkan pendapatannya dalam usaha yang dijalankannya. Sebagaimana dalam Islam telah dijelaskan bahwa kegiatan muamalah diperbolehkan selama kegiatannya tidak menyimpang dari syariat Islam, maka segala bentuk transaksi dalam pemasaran diperbolehkan. Oleh karena itu dapat dilihat bagaimana implementasi strategi *islamic marketing mix* dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM secara optimal. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mencari dan menganalisis implementasi strategi *islamic marketing mix* dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM wisata religi makam Gus Dur. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab 2 pertanyaan yaitu bagaimana strategi *islamic marketing mix* yang diimplementasikan oleh pelaku UMKM di kawasan wisata religi makam Gus Dur?, dan bagaimana implementasi strategi *islamic marketing mix* dalam meningkatkan pendapatan pelaku UMKM wisata religi makam Gus Dur?.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan data menggunakan data primer melalui wawancara mendalam kepada responden (Pelaku UMKM Wisata Religi Makam Gus Dur) dan observasi, serta pengambilan dokumentasi. Selain itu penelitian ini menggunakan studi literatur, buku, serta web sebagai data sekunder. Serta dari beberapa literatur lainnya yang membahas strategi *islamic marketing mix* dalam meningkatkan pendapatan.

Sebagaimana hasil studi yang diperoleh dari responden menunjukkan bahwa pelaku UMKM Wisata religi makam Gus Dur sudah mengimplementasikan strategi *Islamic marketing mix* dalam usahanya. Selain itu dengan pelaku UMKM mengimplementasikan strategi tersebut dapat meningkatkan pendapatan pelaku UMKM wisata religi makam Gus Dur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep strategi tersebut relevan dengan adanya peningkatan pendapatan.

Kata Kunci: Implementasi, Strategi Islamic Marketing Mix, Pendapatan, UMKM, Wisata Religi Makam Gus Dur

ABSTRACT

One of the most crucial elements in promoting their products is the need for MSMEs to implement a marketing strategy. This strategy aims to enable Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to increase their revenue. Islam clearly states that muamalah (transactional transactions) are permissible as long as they do not deviate from Islamic law, and all forms of marketing transactions are permissible. Therefore, it is possible to see how the implementation of an Islamic marketing mix strategy can optimally increase the revenue of MSMEs. Therefore, this researcher is interested in exploring and analyzing the implementation of an Islamic marketing mix strategy to increase the revenue of MSMEs operating in the Gus Dur Tomb religious tourism area. This study aims to answer two questions: how are the Islamic marketing mix strategies implemented by MSMEs operating in the Gus Dur Tomb religious tourism area? And how does the implementation of an Islamic marketing mix strategy increase the revenue of MSMEs operating in the Gus Dur Tomb religious tourism area?

This research is a descriptive qualitative study. Data collection used primary data through in-depth interviews with respondents (MSMEs operating in the Gus Dur Tomb religious tourism area), observation, and documentation. This study also utilized literature, books, and websites as secondary data. It also included other sources discussing Islamic marketing mix strategies for increasing revenue.

The results of the study, obtained from respondents, indicate that MSMEs operating in the Gus Dur Tomb religious tourism sector have implemented Islamic marketing mix strategies in their businesses. Furthermore, implementing these strategies can increase revenue for MSMEs operating in the Gus Dur Tomb religious tourism sector. Therefore, it can be concluded that these strategic concepts are relevant to increasing revenue.

Keywords: Implementation, Islamic Marketing Mix Strategy, Revenue, MSMEs, Gus Dur Tomb Religious Tourism