

**PERKEMBANGAN DAN STRATEGI PEMASARAN ISLAM UMKM
KERUPUK BAWANG IBU AINUZZUMAROH MELALUI PROGRAM
PEMBERDAYAAN LAZISMU GRESIK**

ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Nurul Fauzia
NIM : 1031710050
Dosen Pembimbing : Ahmad Hudaifah, S.E., M.Ec.

Kemiskinan yang ada di Indonesia terjadi karena kurangnya keterampilan dan kesempatan untuk mendapatkan kehidupan yang lebih layak. Adapun cara untuk menanggulangi kemiskinan adalah dengan memberikan akses terhadap pendidikan, kesehatan, finansial, pembukaan lapangan pekerjaan dan pelatihan. Hal tersebut diawali dengan adanya lingkungan sosial yang mendukung untuk memberdayakan masyarakat miskin. Pemberdayaan UMKM merupakan suatu usaha untuk membantu UMKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas, dan memberikan pengetahuan mengenai inovasi produk, teknologi dan akses pasar. Persaingan di pasar yang lebih luas membutuhkan strategi untuk membantu keberhasilan usahanya. Strategi yang dapat diterapkan adalah strategi pemasaran Islam. Karena Islam mengajarkan untuk berbisnis secara sehat dan tidak merugikan pihak lain. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perkembangan dan strategi pemasaran Islam UMKM yang diberdayakan oleh LAZISMU Gresik dengan teori *Islamic Marketing Mix*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian *field research* atau penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini akan membantu UMKM untuk terus memajukan usahanya dengan menerapkan *Islamic marketing mix* dan bisa melakukan evaluasi dalam mengembangkan usahanya. Penelitian ini juga membantu pihak LAZISMU Gresik untuk mengetahui perkembangan UMKM yang diberdayakan melalui indikator perkembangan usaha.

Kata Kunci : UMKM, Perkembangan UMKM, Strategi Pemasaran Islam, *Islamic Marketing Mix*.