

ABSTRAK

I'lam Rusliannajmi Harits. 2023. Analisis Marketing Mix Syariah Pada Penjualan Sapi Di Cv. Sugih Mukti Garut

Bisnis selalu memegang peranan penting di dalam kehidupan sosial dan ekonomi manusia sepanjang masa termasuk perdagangan atau jual beli . Semakin banyaknya perusahaan yang bergerak di perdagangan tentunya tingkat persaingan semakin meningkat. Perusahaan akan menghadapi berbagai kendala dalam mencapai tujuannya . Setiap perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif guna meningkatkan volume penjualan tetapi pada kejadiannya para penjual sapi masih terfokus di infarm dengan kata lain mereka hanya memperhatikan bagaimana proses di dalam kandang dan kurang memperhatikan bagaimana strategi pemasarannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *marketing mix syariah* yang dilakukan di CV. Sugih Mukti Garut.

CV Sugih Mukti Garut adalah salah satu perusahaan yang bergerak dalam sektor perdagangan sapi. Perusahaan ini berlokasi di Desa Suci, Kecamatan Karangpawitan, kabupaten Garut, Jawa Barat. CV Sugih Mukti adalah salah satu perusahaan sapi yang jangkauan penjualannya cukup besar di daerah Jawa Barat terutama Priangan Timur dengan berfokus pada perdagangan sapi potong maupun sapi kurban. Disamping itu CV Sugih Mukti mendirikan peternakan sapi sendiri

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sumber data penelitian ini adalah primer dengan teknik pengumpulan data observasi dan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menganalisis *marketing mix* Syariah yang dilakukan oleh CV. Sugih Mukti Garut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CV. Sugih Mukti sudah melakukan strategi bauran pemasaran dengan cukup baik dan strategi bauran pemasaran yang diterapkan sudah sesuai dengan prinsip syariah, serta dalam proses pemasarannya tidak ada unsur-unsur yang menyimpang dengan syariat Islam.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Produk, Harga, Promosi, Saluran Distribusi

ABSTRACT

I'lam Rusliannajmi Harits. 2023. *Sharia Marketing Mix Analysis on Cattle Sales on Cv. Sugih Mukti Garut*

Business has always played an important role in human social and economic life throughout time including trade or buying and selling . The more companies engaged in trade, of course, the level of competition is increasing. The company will face various obstacles in achieving its goals. Every company is required to be more creative and innovative in order to increase sales volume but in the event the cattle sellers are still focused on the infarm in other words they only pay attention to how the process is in the cage and pay less attention to how the marketing strategy is. The purpose of this study is to analyze the sharia marketing mix carried out in CV. Sugih Mukti Garut.

CV Sugih Mukti Garut is one of the companies engaged in the cattle trading sector. The company is located in Suci Village, Karangpawitan District, Garut regency, West Java. CV Sugih Mukti is one of the cattle companies whose sales reach is quite large in the West Java area, especially East Priangan by focusing on trading beef cattle and sacrificial cattle. In addition, CV Sugih Mukti established his own cattle farm

The research method used in this study is a descriptive research method with a qualitative approach. The source of this research data is primary with observation and interview data collection techniques. The data analysis technique used in this study is to analyze the Sharia marketing mix carried out by CV. Sugih Mukti Garut.

The results showed that CV. Sugih Mukti has carried out the marketing mix strategy quite well and the marketing mix strategy applied is in accordance with sharia principles, and in the marketing process there are no elements that deviate from Islamic law.

Key Word: Marketing mix, Product, Price, Promotion, Place