

ABSTRAK

Skripsi ini memiliki tujuan yakni untuk mengetahui strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan usaha sapi pada kandang sapi Al-Barokah Jl Sungai Sedapet 2 Kecamatan Sukarami Kelurahan Sukajaya Kota Palembang dan untuk mengetahui strategi pemasaran yang digunakan apakah sudah sesuai dengan perspektif Ekonomi Islam.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yang merupakan pendekatan kualitatif deskriptif. Sumber data yang diperoleh dari data primer dan sekunder. Metode pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarik kesimpulan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa usaha sapi Al-Barokah menggunakan sistematika penjualan dengan melakukan penggemukan sapi, pemberian pakan berkualitas tinggi, serta pemantauan kesehatan secara rutin. Dan usaha sapi Al-Barokah telah menjalankan strategi pemasaran sesuai dengan karakteristik pemasaran syariah.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Penjualan, Ekonomi Islam*

ABSTRACT

This thesis has the aim of knowing the marketing strategy in increasing sales of cattle business at the Al-Barokah cattle shed, Jl Sungai Sepapet 2, Sukarami District, Sukajaya Village, Palembang City and to find out whether the marketing strategy used is in accordance with the Islamic Economic perspective.

This research is a field research which is a descriptive qualitative approach. Data sources obtained from primary and secondary data. Data collection methods include observation, interviews, and documentation. Data analysis consists of data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

The results of this study indicate that the Al-Barokah cattle business uses a sales system by fattening cattle, providing high-quality feed, and routine health monitoring. And Al-Barokah cattle business has carried out a marketing strategy in accordance with the characteristics of sharia marketing.

Keywords: *Marketing Strategy, Sales, Islamic Economics*