

ABSTRAK

Strategi Pemasaran Songket Pada Gerai Makmur Jaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam

FITRI SEPTIANA

1830602192

Gerai “Makmur Jaya Songket” merupakan salah satu perusahaan songket yang ada di kota Palembang. Dimana biasanya suatu perusahaan itu memiliki satu persepsi gerak langkah dari semua komponen perusahaan dalam rangka implementasi strategi induk dan strategi operasional, tujuan dan berbagai sasaran yang telah ditetapkan untuk dicapai.

Jenis penelitian ini tergolong penelitian kualitatif, yakni penelitian yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan naratif. Selanjutnya, metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik pengolahan dan analisis datanya melalui tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Setelah penyusun melakukan analisis data maka ditemukan hasil penelitian bahwa dalam melakukan kegiatan usaha, ditinjau dari perspektif strategi pemasaran islami, Gerai Makmur Jaya Songket selain menerapkan teori dan konsep strategi pemasaran konvensional, juga menerapkan strategi pemasaran islami yang terdiri atas tiga hal pokok, pertama penerapan karakteristik pemasaran islami. Kedua, penerapan etika bisnis islam; ketiga, mencontoh praktik pemasaran dari sifat Nabi Muhammad saw, seperti *shiddiq* (jujur, benar), *amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), *tabligh* (komunikatif).

Kata Kunci : Gerai Makmur Jaya Songket, Strategi Pemasaran islam, meningkatkan penjualan

ABSTRACT

Songket Marketing Strategy at Makmur Jaya Outlets In Islamic Economic Perspective

FITRI SEPTIANA

1830602192

The outlet "Makmur Jaya Songket" is one of the songket companies in the city of Palembang. Where usually a company has a perception of the movement of all components of the company in the context of implementing the master strategy and operational strategies, goals and various targets that have been set to be achieved.

This type of research is classified as qualitative research, namely research that is descriptive and tends to use narrative.

Furthermore, the data collection method in this study used observation, interviews, and documentation. The data management and analysis techniques go through three stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions.

After the authors conducted data analysis, it was found that in conducting business activities, from the perspective of Islamic marketing strategy, the outlet Makmur Jaya Songket in addition to applying the theories and concepts of conventional marketing strategies, also applied Islamic marketing strategies which consisted of three main things, firstly the application of characteristics Islamic marketing. Second, the application of Islamic business ethics; third, imitating marketing practices from the characteristics of the Prophet Muhammad, such as shiddiq (honest, true), amanah (trustworthy), fathanah (intelligent), tabligh (communicative).

Keywords: Makmur Jaya Songket Outlet, Islamic Marketing Strategy, increasing sales