

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini bermula dari usaha songket yang memasarkan produknya dari segi harga tergolong rendah, namun peminatnya hanya sedikit. Adapun usaha songket yang melakukan promosi secara terus menerus konsumennya belum ada peningkatan. Kemudian pada usaha songket lain, dilihat melalui harga yang ditawarkan lebih tinggi tetapi tetap diminati oleh konsumen. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis SWOT pemasaran Islam (*Islamic marketing*) pada usaha kain tenun songket di kota Palembang.

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan sumber data primer dan sekunder. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan deskriptif kualitatif menggunakan metode SWOT.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa 1) strategi pemasaran usaha songket di kota Palembang menerapkan bauran pemasaran seperti produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), sumber daya manusia (*people*), proses (*process*), bukti fisik (*physical evidence*), janji (*promise*), sabar (*patient*), mengutamakan kebutuhan konsumen (*costumer centric*). 2) usaha songket Palembang menerapkan empat karakteristik pemasaran Islam menurut kajian tokoh Islam Hermawan Kertajaya dan Muhammad syakir Sula yakni *rabbaniyah* (spiritual atau ketuhanan), *ahlaqiyyah* (etis), *al-waqi'iyah* (realistis), dan *insaniyyah* (humanistik). 3) Dalam penerapan analisis SWOT usaha kain tenun songket dari segi kekuatan (*strength*) memiliki produk yang berkualitas terjamin, harga lebih kompetitif dari pesaing, distribusi terhindar dari dzalim, promosi melalui internet dan media sosial. Kelemahan (*weakness*) seperti kapasitas produksi terbatas, promosi yang dilakukan belum maksimal, dan pemasaran terbatas. Peluang (*opportunities*) berupa daya beli masyarakat cenderung konsumtif, tumbuhnya tingkat perekonomian masyarakat, tingginya permintaan produk. Serta ancaman (*threats*) berupa inflasi, munculnya produk sejenis terbuat dari mesin, dan strategi bisnis yang mudah ditiru.

Kata kunci: Pemasaran, Pemasaran Islam, dan SWOT.