

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Dilla Aulia Putri Nim 3721112 Program Studi S1 Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi dengan judul “**Analisis Bauran Promosi Pada Toko Kreasi Undangan dan Souvenir Bukittinggi**”.

Penelitian ini muncul karena persaingan yang semakin sengit dalam sektor jasa percetakan undangan dan souvenir di Bukittinggi. Toko Kreasi Undangan dan Souvenir Bukittinggi merupakan salah satu pelaku usaha yang berusaha meningkatkan penjualan melalui strategi promosi. Namun, promosi yang dilakukan masih kurang optimal dan belum sepenuhnya memanfaatkan media digital, sehingga memengaruhi jangkauan pasar dan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana penerapan bauran promosi yang dilakukan Toko Kreasi Undangan dan Souvenir Bukittinggi dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara langsung dengan pemilik toko, observasi terhadap aktivitas promosi, serta dokumentasi. Data di analisis secara deskriptif untuk menggambarkan kondisi nyata penerapan bauran promosi di toko tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Toko Kreasi Undangan dan Souvenir Bukittinggi telah menggunakan beberapa saluran promosi seperti WhatsApp, Instagram, dan promosi dari mulut ke mulut. Namun, penerapannya belum dilakukan secara konsisten, teratur, dan terencana. Toko juga belum memanfaatkan platform digital seperti *marketplace*, sehingga jangkauan pemasarannya masih terbatas. Disarankan agar toko lebih memaksimalkan media sosial secara aktif dan kreatif, memperluas pemasaran melalui *marketplace*, serta menyusun promosi yang lebih sistematis agar dapat meningkatkan penjualan dan daya saing.

Kata Kunci: Bauran Promosi, Strategi Promosi, Media Sosial, *Marketplace*, UMKM