

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “**Analisis Bauran Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Songket AINA Di Kecamatan Silungkang Kota Sawahlunto**”. Disusun oleh **Tessa Mardianti, Nim 3722026**, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya bauran pemasaran digital 7P pada usaha Songket AINA Silungkang, yang mengakibatkan terjadinya fluktuasi penjualan, sehingga penjualan hanya meningkat pada saat adanya acara event Songket Silungkang di Kota Sawahlunto. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk menganalisis elemen bauran pemasaran digital 7P untuk meningkatkan penjualan pada usaha Songket AINA Silungkang.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memperoleh gambaran mendalam mengenai penerapan bauran pemasaran digital dalam kegiatan operasional usaha. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, serta dokumentasi yang melibatkan pemilik usaha, pengrajin, dan konsumen Songket AINA Silungkang. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara sistematis untuk mengetahui bentuk bauran pemasaran digital 7P untuk meningkatkan penjualan pada suatu usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasanya bauran pemasaran digital 7P pada usaha Songket AINA Silungkang memiliki 2 Variabel kinerja tinggi yaitu, *product* 96% dan *place* 70%, sedangkan 5 variabel lainnya masih memiliki kinerja yang rendah yaitu, *process* 26,6%, *promotion* 33,3%, *physical evidence* 43,3%, *people* 49,9% dan *price* 53,3%. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan perlunya optimalisasi bauran pemasaran digital melalui pemanfaatan platform e-commerce, membuat konten aktif Instagram/TikTok, serta sistem pemesanan online untuk menstabilkan penjualan Songket.

Kata kunci: Bauran Pemasaran Digital 7P, Meningkatkan Penjualan, Songket AINA Silungkang