

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Analisis Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Toko Roti Sidimpuan Bakery, Kota Padangsidimpuan, Sumatera Utara”**, yang disusun oleh Videraissy Putri dengan NIM 3722237. Program studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri (UIN) Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Perkembangan teknologi digital yang mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan pemasaran digital sebagai sarana promosi dan peningkatan penjualan. Sidimpuan Bakery, sebuah usaha roti di Kota Padangsidimpuan, telah menggunakan media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook, namun strategi yang diterapkan masih belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran digital yang diterapkan Sidimpuan Bakery dan dampaknya terhadap peningkatan penjualan serta keuntungan usaha.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang didukung oleh data kuantitatif sederhana. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi aktivitas pemasaran digital, dan dokumentasi penjualan. Analisis data dilakukan dengan mereduksi, menyajikan, dan menarik kesimpulan dari indikator pemasaran digital, seperti jangkauan, interaksi, konversi, loyalitas pelanggan, serta indikator keuntungan usaha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital yang diterapkan Sidimpuan Bakery memberikan dampak positif terhadap kinerja usaha. Pemasaran digital meningkatkan jangkauan promosi, interaksi dengan konsumen, serta terjadinya pembelian dan pembelian ulang. Dari sisi keuntungan, strategi digital ini efisien karena mampu menarik pelanggan baru dengan biaya rendah dan mendorong pertumbuhan pendapatan. Konsistensi konten dan penggunaan fitur promosi berbayar perlu ditingkatkan agar strategi pemasaran digital lebih optimal.

Kata kunci: Pemasaran digital, media sosial, pemasaran digital, keuntungan usaha.