

ABSTRAK

Aninda Putri Hartika, 2022, *Analisis Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Penjualan Produk Batik Tulis di Dusun Toronan, Desa Larangan Badung, Kecamatan Palengaan, Pamekasan*, Skripsi, Program Studi Tadris Ilmu pengetahuan Sosial, Fakultas Tarbiyah IAIN Madura, Dosen Pembimbing: Muhammad Hadiatur Rahman, M.Pd

Kata Kunci: *Digital Marketing*, Penjualan Produk Batik Tulis

Di Madura, membatik merupakan budaya yang diwariskan turun-temurun. Zaman yang semakin maju menjadikan perkembangan teknologi dan informasi menjadi semakin pesat. *Digital Marketing* menjadi salah satu media pemasaran yang saat ini sedang banyak diminati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan seperti halnya dalam proses kegiatan bisnis. Dari permasalahan tersebut terdapat tiga fokus kajian utama dalam penelitian ini, yaitu; (1) untuk mengetahui strategi *digital marketing* penjualan produk batik tulis. (2) Untuk mengetahui bagaimana meningkatkan penjualan produk batik tulis. (3) Untuk mengetahui strategi *digital marketing* dalam meningkatkan penjualan produk batik tulis.

Untuk mencapai tujuan diatas, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini peneliti terjun langsung sebagai instrumen dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Data dianalisis dengan cara *Checking* dan *Organizing*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Strategi digital marketing yang digunakan pada penjualan produk batik tulis adalah melalui pemasaran yang berbasis jejaring sosial. (2) Penjualan batik tulis dari sebelum dan sesudah menggunakan digital marketing sangat berbeda, mulai dari harga jual sampai penghasilannya. (3) Strategi digital marketing dalam meningkatkan penjualan batik tulis dilakukan melalui promosi dengan menggunakan situs jejaring sosial.

