

ABSTRAK

Media sosial akan sangat berperan untuk memajukan sektor Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan menawarkan berbagai keuntungan apabila mampu diterapkan secara efektif oleh pelaku UKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran penggunaan media sosial pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Guten.inc yang telah berhasil menjalankan bisnisnya dengan mengadopsi media sosial, serta kaitannya dengan bauran promosi (*promotion mix*).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan pendekatan studi kasus deskriptif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara mendalam kepada CEO Guten.inc, *Store Manager*, dan Konsumen dari Guten.inc. Observasi dan Dokumentasi juga digunakan untuk mendapatkan sebuah Informasi mengenai penggunaan media sosial oleh UKM Guten.inc.

Hasil dari penelitian ini telah mendapatkan gambaran jelas mengenai penggunaan media sosial oleh UKM Guten.inc, yaitu menawarkan produk kualitas tinggi dengan harga yang murah, bekerjasama dengan fashion designer, menyediakan produk yang bervariasi, memberikan promo atau diskon, melakukan postingan rutin setiap hari, menampilkan postingan yang menarik, mendeskripsikan produk dengan lengkap, membuat konten yang menarik, melakukan kegiatan endorsement, mengikuti event/bazar clothingan, memberikan sistem garansi, serta memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen.

Manfaat dari media sosial bagi Guten.inc adalah media sosial sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka, mampu menarik konsumen dari mana saja, sebagai sarana untuk komunikasi dan terhubung dengan konsumen dan dapat meningkatkan penjualan Guten.inc setiap tahunnya. Kontribusi media sosial bagi Guten.inc cukup besar yaitu dengan presentase sekitar 75-80% terhadap penjualan Guten.inc.

Kata Kunci : Media Sosial, Bauran Promosi (*promotion mix*), UKM