

ABSTRAK

Hayatus Sakinah. 200531100029. Optimalisasi Media Sosial Dalam Promosi Produk Mall UMKM Sumenep

Perkembangan teknologi informasi, khususnya media sosial telah membawa perubahan mendasar dalam dunia bisnis, termasuk bagi Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM Indonesia termasuk di Sumenep, telah menjadi pilar penting dalam perekonomian nasional, menciptakan lapangan kerja dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, UMKM Sering menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usaha mereka, termasuk dalam hal pemasaran dan promosi produk.

Salah satu potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh UMKM adalah media sosial. Media sosial seperti facebook, Instagram dan twiteer telah menjadi platform populer bagi bisnis untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mempromosikan produk mereka, terutama di lingkungan Mall di sumenep. Mall sebagai pusat perbelanjaan menjadi tempat strategis bagi UMKM untuk menarik perhatian pelanggan potensial. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, penting bagi UMKM untuk memahami bagaimana media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan kehadiran dan penjualan produk mereka. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji lebih lanjut potensi dan strategi optimalisasi penggunaan media sosial dalam promosi produk Mall UMKM di Sumenep.

Penelitian ini akan memberikan wawasan yang mendalam tentang tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM dalam memanfaatkan media sosial dalam promosi produknya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi UMKM di Sumenep untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif melalui media sosial, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing mereka dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Kata kunci: Optimalisasi, Media sosial, Promosi.

ABSTRACT

Hayatus Sakinah. 200531100029. *Optimizing Social media In Promoting Sumenep MSME Mall Products*

The development of information technology, especially social media, has brought fundamental changes to the business world, including for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Indonesian MSMEs, including those in Sumenep, have become an important pillar in the national economy, creating jobs and supporting local economic growth. However, MSMEs often face various challenges in developing their businesses, including in terms of marketing and product promotion.

One potential that has not been fully exploited by MSMEs is social media. Social media such as Facebook, Instagram and Twitter have become popular platforms for businesses to interact with customers and promote their products, especially in the mall environment in Sumenep. Malls as shopping centers are strategic places for MSMEs to attract the attention of potential customers. However, in the face of increasingly fierce competition, it is important for MSMEs to understand how social media can be an effective tool in increasing their presence and product sales. For this reason, this research will further examine the potential and strategies for optimizing the use of social media in promoting MSME Mall products in Sumenep.

This research will provide in-depth insight into the challenges and opportunities faced by MSMEs in utilizing social media in promoting their products. It is hoped that the results of this research can provide practical guidance for MSMEs in Sumenep to develop more effective promotional strategies through social media, which in turn can increase their competitiveness and contribute to local economic growth.

Keywords: Optimization, Social Media, Promotion.