

Digitalisasi Pemasaran dan Penguatan Peran Kelembagaan Untuk Mendukung UMKM Tangguh Berkelanjutan di Kabupaten Tanggamus

(Marketing Digitalization and Strengthening Institutional Roles to Support Resilient and Sustainable MSMEs in Tanggamus Regency)

Ahyar Ismail*, Tursina Andita Putri, Hardiana Widyastuti, Danang Pramudita

Fakultas Ekonomi dan Manajemen, IPB University, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680

*Penulis Korespondensi: ahyar@apps.ipb.ac.id

ABSTRAK

Sektor UMKM di Kabupaten Tanggamus terus berkembang namun menghadapi kendala kapasitas produksi, rendahnya literasi digital, minimnya literasi pemasaran digital, lemahnya branding produk, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan perluasan pasar. Program Dosen Mengabdi Inovasi Pulang Kampung dilaksanakan untuk mengatasi masalah ini dengan tujuan meningkatkan kapasitas pemasaran digital, memperkuat kelembagaan, dan membangun ekosistem usaha yang tangguh. Kegiatan dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan. Pada tahapan awal, monitoring dilaksanakan secara daring untuk melakukan screening peserta dan evaluasi tindak lanjut pelatihan sebelumnya. Selanjutnya, pelatihan dilakukan terhadap 26 UMKM dengan memberikan panduan tentang prinsip pemasaran digital dan strategi pembuatan konten dengan praktik langsung menggunakan handphone. Hasil monitoring dan penguatan kelembagaan menunjukkan sudah terbentuknya wadah komunikasi yang efektif untuk berbagi informasi pengembangan usaha melalui grup WhatsApp UMKM, walaupun kelembagaan formal belum terbentuk. Terdapat 40% peserta telah mempunyai sertifikat PIRT sebagai bukti tindak lanjut dari pelatihan tahun 2024. Sementara itu, hasil pelatihan branding dan storytelling menunjukkan bahwa 53,84% (14 UMKM) berhasil memproduksi materi promosi mandiri berupa poster. Meskipun terdapat tantangan dalam keragaman jenis usaha dan penguasaan teknologi, UMKM di Kabupaten Tanggamus menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik terhadap karakteristik konsumen di pasar digital.

Kata kunci: branding digital, promosi produk, adaptasi teknologi

ABSTRACT

The MSME sector in Tanggamus Regency continues to develop but faces constraints regarding production capacity, low digital literacy, minimal digital marketing literacy, weak product branding, and suboptimal use of technology for marketing and market expansion. The Dosen Mengabdi Inovasi Pulang Kampung program was implemented to address these issues, aiming to enhance digital marketing capacity, strengthen institutions, and build a resilient business ecosystem. The activities were conducted through training and mentoring. In the initial stage, monitoring was carried out online to screen participants and evaluate the follow-up of previous training. Subsequently, training was conducted for 26 MSMEs by providing guidance on digital marketing principles and content creation strategies, involving direct practice using smartphones. The results of monitoring and institutional strengthening indicate the formation of an effective communication platform for sharing business development information via an MSME WhatsApp group, although formal institutions have not yet been established. Notably, 40% of participants have obtained PIRT certificates as evidence of follow-up from the 2024 training. Meanwhile, branding and storytelling training results showed that 53.84% (14 MSMEs) successfully produced independent promotional materials in the form of posters. Despite challenges regarding business diversity and technological proficiency, MSMEs in Tanggamus Regency demonstrated good adaptability to consumer characteristics in the digital market.

Keywords: digital branding, product promotion, technological adaptation