

Inovasi Digital Marketing Umkm Pada Kelompok Pemuda Pesisir Kota Gorontalo

Muhammad Akram Mursalim¹, Nikmasari Pakaya²,
Wira Pratama Rumambie³, Siti Mayasari Pakaya⁴, Intan Tiara Kartika⁵,
Ismail Husin⁶, Kelfin Akume⁷

^{1,3,4,6,7} Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo,
Jl. Jenderal Sudirman No. 06 Kota Gorontalo 96128, Indonesia

² Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo,
Jl. Prof. Dr. Ing. B. J. Habibie, Desa Moutong, Kecamatan Tilongkabila, Kabupaten Bone Bolango,
96113, Indonesia

⁵ Jurusan ilmu hukum dan kemasyarakatan, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Gorontalo,
Jl. Jenderal Sudirman No. 06 Kota Gorontalo 96128, Indonesia

* Penulis Korespondensi. Email: muhammadakram@ung.ac.id

ABSTRAK

Inovasi digital marketing menjadi strategi krusial dalam meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pada kelompok pemuda pesisir di Kota Gorontalo yang selama ini menghadapi keterbatasan akses pasar dan literasi digital. Objektif dari kegiatan ini adalah mendorong transformasi pemasaran UMKM berbasis digital melalui penguatan kapasitas pemuda pesisir sebagai pelaku dan penggerak ekonomi lokal. Tujuan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman dan keterampilan digital marketing, pengembangan konten promosi yang kreatif, serta optimalisasi pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran produk UMKM pesisir. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pendekatan partisipatif melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan intensif. Metode pelaksanaan mencakup diskusi interaktif, penyampaian materi, serta praktik langsung pembuatan konten digital dan pengelolaan akun bisnis pada platform Instagram, WhatsApp Business, dan YouTube. Peserta dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan strategi promosi digital, pembuatan konten visual dan audiovisual, hingga simulasi pemasaran produk secara daring. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penguasaan teknik pemasaran digital oleh peserta, yang ditandai dengan kemampuan membuat konten promosi yang lebih menarik, peningkatan interaksi di media sosial, serta bertambahnya jangkauan dan visibilitas produk UMKM. Selain itu, terbentuk jaringan pemasaran digital yang lebih luas dan kolaboratif antar pelaku UMKM pemuda pesisir. Kesimpulan, program inovasi digital marketing ini memberikan kontribusi positif terhadap penguatan peran pemuda pesisir dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal berbasis digital. Meskipun demikian, tantangan berupa keterbatasan sumber daya dan biaya iklan digital masih memerlukan dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pemangku kepentingan terkait agar dampak program dapat berkelanjutan dan berkembang secara optimal.

Kata Kunci: digital marketing; UMKM; pemuda pesisir; gorontalo; inovasi pemasaran digital

Diterima:
03-12-2025

Disetujui:
05-01-2026

Online:
05-01-2026

ABSTRACT

Digital marketing innovation has become a crucial strategy in enhancing the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (MSMEs), particularly among coastal youth groups in Gorontalo City, who often face limited market access and low levels of digital literacy. The objective of this program was to encourage the transformation of MSME marketing practices through digital-based capacity building, positioning coastal youth as key actors and drivers of local economic development. The purpose of the activity was to improve participants' understanding and skills in digital marketing, develop creative promotional content, and optimize the use of digital platforms as effective marketing tools for coastal MSME products. The method employed in this program was a participatory approach implemented through structured training and intensive mentoring activities. The implementation methods included interactive discussions, material delivery, and hands-on practice in creating digital content and managing business accounts on platforms such as Instagram, WhatsApp Business, and YouTube. Participants were actively involved in planning digital promotion strategies, producing visual and audiovisual content, and simulating online product marketing. The results demonstrated a significant improvement in participants' mastery of digital marketing techniques, as evidenced by their ability to produce more engaging promotional content, increased social media engagement, and enhanced visibility and market reach of MSME products. Furthermore, the program facilitated the development of broader and more collaborative digital marketing networks among coastal youth MSMEs. In conclusion, this digital marketing innovation program made a positive contribution to strengthening the role of coastal youth in promoting digital-based local economic growth. However, challenges related to limited resources and advertising costs indicate the need for sustained support from the government and relevant stakeholders to ensure the long-term sustainability and scalability of the program

Copyright © 2026 Jurnal Pengabdian Masyarakat Farmasi : Pharmicare Society

Keywords: digital marketing; MSMEs; coastal youth; gorontalo; digital marketing innovation.

Received:

2025-12-03

Accepted:

2026-01-05

Online:

2026-01-05

1. Pendahuluan

Pada tahun 2022, wilayah pesisir Tamendao mulai menunjukkan peluang perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner dengan total mencapai 10 unit usaha. Pengusaha tersebut menyediakan berbagai produk, mulai dari kopi lokal, minuman es modern, makanan ringan berbahan laut, hingga masakan khas Gorontalo. Namun, seiring berjalannya waktu, jumlah kafe yang aktif mengalami penurunan drastis, sehingga kini hanya tersisa sekitar 5-6 unit yang masih beroperasi secara teratur. Walaupun berada di lokasi yang sama, pemilik usaha cenderung melakukan promosi secara terpisah tanpa adanya kolaborasi dalam menciptakan branding dan strategi pemasaran digital bersama. Keadaan ini mengakibatkan daya saing bersama menjadi rendah dan akses promosi digital yang terbatas [1,2].

Pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa mayoritas pelaku bisnis hanya menggunakan media sosial pribadi, seperti Instagram dan WhatsApp, untuk memasarkan produk mereka dengan konten promosi yang sederhana dan belum menerapkan strategi pemasaran digital yang modern. Wawancara dengan pemilik usaha juga mengungkapkan penurunan omzet yang signifikan sejak awal pembukaan area kuliner ini. Keterbatasan waktu dan sumber daya merupakan hambatan utama bagi pelaku usaha dalam berinovasi serta memasarkan produk dengan cara yang lebih intensif dan efisien [3].

Masalah lain yang timbul adalah minimnya pemisahan antara pengelolaan keuangan bisnis dan kebutuhan rumah tangga akibat lokasi usaha dan tempat tinggal yang berdekatan. Ini menunjukkan rendahnya literasi digital dan kemampuan manajemen usaha, terutama dalam pengelolaan promosi digital yang efisien [4]

Selain itu, infrastruktur pemasaran digital di kawasan tersebut juga tergolong sangat tidak memadai. Fasilitas penunjang seperti alat produksi konten (kamera, pencahayaan, komputer pengeditan), perangkat lunak desain grafis, dan ruang kerja bersama masih belum ada. Namun, beragam penelitian mengindikasikan bahwa pemasaran digital adalah elemen penting dalam memperkuat keberadaan UMKM, terutama di bidang kuliner dan pariwisata. Keterbatasan koordinasi dalam promosi bersama mengakibatkan potensi ekonomi kawasan kuliner Tamendao belum dapat dioptimalkan untuk peningkatan penghasilan serta pemberdayaan pemuda setempat [5,6].

Sebagai tanggapan terhadap isu tersebut, program pengabdian masyarakat ini disusun untuk menciptakan Digital Marketing Hub yang berfungsi sebagai pusat pembuatan konten sekaligus sarana promosi bersama bagi café dan usaha kuliner di daerah pesisir Tamendao. Pusat ini akan dikelola oleh tim pemuda setempat dengan bimbingan dari akademisi dari berbagai bidang. Program ini meliputi pelatihan keterampilan digital marketing, desain konten kreatif, pengelolaan media sosial, serta penggunaan teknologi berbasis data untuk promosi. Selain itu, pengembangan merek kolektif dengan identitas "TamenHub" dirancang untuk memperkuat citra wilayah sebagai tujuan kuliner pesisir unggulan di Gorontalo [7-9].

2. Metode Pelaksanaan

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di kawasan wisata kuliner pesisir Tamendao dengan sasaran utama pelaku usaha café sebagai mitra kegiatan. Program bertujuan mengatasi permasalahan rendahnya strategi promosi digital, manajemen usaha, dan pemanfaatan teknologi dalam pengelolaan usaha kuliner pesisir. Metode yang digunakan adalah pendekatan community-based participatory, di mana mitra berperan sebagai aktor utama, sedangkan tim pengabdian bertindak sebagai fasilitator. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara kolaboratif melalui empat tahapan utama. Tahap pertama berupa sosialisasi program untuk membangun pemahaman dan kesepakatan bersama antara mitra dan tim pengabdian. Tahap kedua adalah pelatihan berbasis praktik langsung (learning by doing) yang mencakup manajemen usaha dasar dan pemasaran digital, termasuk pembuatan konten kreatif. Tahap ketiga dilakukan pendampingan dan evaluasi berkala melalui kunjungan lapangan, komunikasi daring, dan konsultasi kelompok. Tahap keempat difokuskan pada strategi keberlanjutan melalui pembentukan unit Digital Marketing Hub yang dikelola pemuda setempat guna memastikan keberlanjutan promosi digital secara mandiri pada mitra dilaksanakan melalui pelatihan kader yang berfokus pada pengelolaan teknologi, desain konten, manajemen media sosial, serta pengelolaan administrasi dan keuangan Digital Marketing Hub. Selanjutnya, ditetapkan prosedur operasi standar untuk memperlancar koordinasi dan pelaksanaan kegiatan harian.

3. Hasil dan Pembahasan

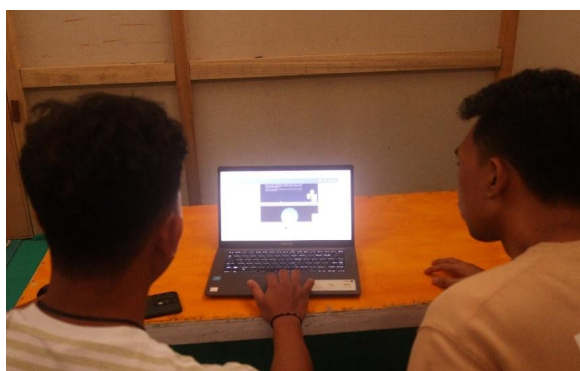
Hasil

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan bersama pemuda pesisir Tamendao di Kota Gorontalo memperlihatkan hasil signifikan dalam meningkatkan kapasitas digital marketing serta memperkuat identitas usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berbasis kuliner pesisir. Pelaksanaan kegiatan mencakup berbagai pelatihan, bimbingan, serta penggunaan teknologi pemasaran digital yang menghasilkan perubahan signifikan pada keterampilan, branding, dan kolaborasi antar pelaku usaha.

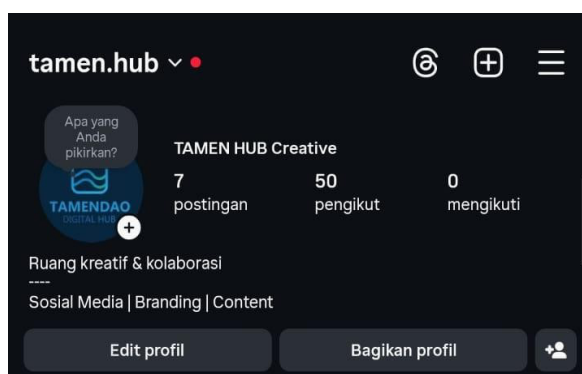
Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar pelaku usaha di kawasan Tamendao masih menggunakan media sosial pribadi seperti Instagram dan WhatsApp hanya sebatas unggahan foto produk tanpa strategi promosi yang terarah. Setelah melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan peningkatan kemampuan yang cukup tinggi, baik dalam pembuatan konten digital maupun pengelolaan akun bisnis. Kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1, 2 dan 3.



Gambar 1. Tahapan pelaksanaan Sosialisasi kepada kelompok pemuda pesisir di Kota Gorontalo

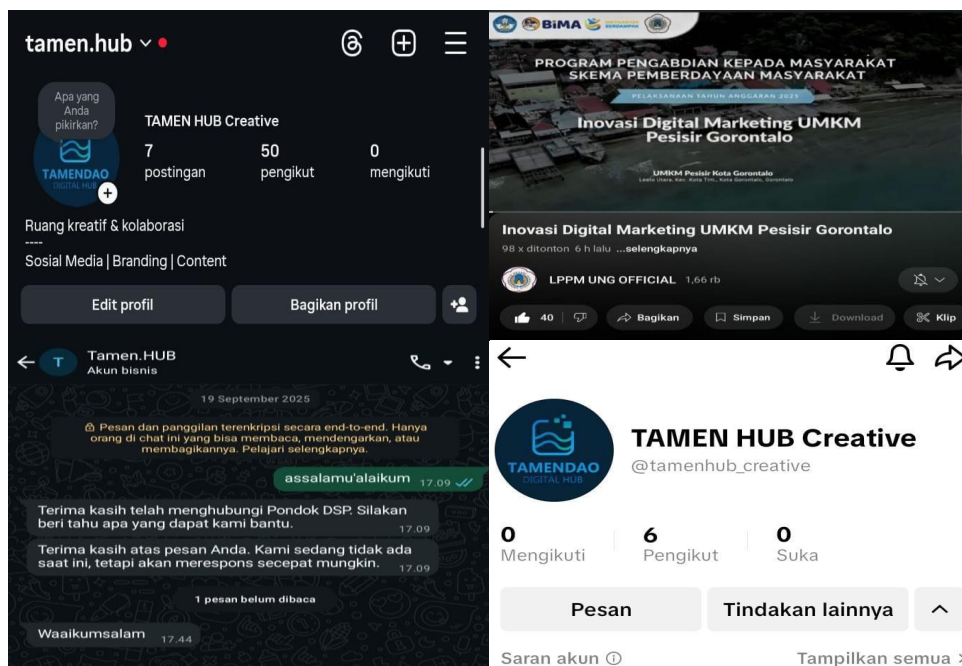


Gambar 2. Sesi pelatihan digital marketing bersama mitra kelompok pemuda pesisir Tamendao



Gambar 3. Tampilan Media Promosi Instagram Tamen.Hub

Selain itu, salah satu capaian penting dari program ini adalah terbentuknya Digital Marketing Hub, sebuah pusat produksi dan promosi konten digital yang dikelola langsung oleh pemuda lokal Tamendao. Hub ini menjadi sarana kolaboratif antar pelaku usaha untuk membuat materi promosi, berbagi keterampilan desain, serta mengelola kampanye bersama di media sosial. Program ini juga efektif dalam memperkuat identitas merek kawasan kuliner Tamendao melalui pengembangan logo, desain visual, dan strategi komunikasi digital. Identitas “Café Pesisir Tamendao” disajikan dengan atmosfer lokal pesisir yang mencerminkan ciri khas Gorontalo. Akibatnya, semua pelaku usaha saat ini menerapkan desain kemasan, spanduk, dan konten promosi yang sesuai dengan identitas kolektif itu. Akun media sosial yang dikelola bersama juga memiliki gaya visual yang konsisten. Dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampilan Media Sosial Lainnya dari Tamen.Hub (Instagram, Youtube, Whatsapp Bussines, dan TikTok)

Hasil penerapan menunjukkan bahwa pelaku UMKM telah berhasil memanfaatkan media sosial sebagai saluran utama untuk promosi dan berinteraksi dengan pelanggan. Beberapa pencapaian khusus meliputi:

1. Instagram @tamen.hub digunakan untuk menerbitkan berbagai konten (gambar dan video).
2. WhatsApp Business digunakan untuk komunikasi dan transaksi pelanggan secara profesional
3. TikTok berfungsi sebagai sarana hiburan dan promosi santai yang menyasar audiens muda.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peningkatan keterampilan digital marketing pada pelaku UMKM pesisir terjadi tidak hanya dalam aspek teknis, tetapi juga dalam perubahan perilaku kewirausahaan. Hasil ini menegaskan gagasan bahwa literasi digital adalah salah satu elemen penting yang memengaruhi daya saing UMKM dalam era ekonomi digital. Peningkatan kemampuan dalam menghasilkan konten, penggunaan fitur bisnis di media sosial, dan pengelolaan komunikasi digital menunjukkan bahwa pelaku usaha mulai bertransformasi dari metode pemasaran konvensional ke strategi pemasaran yang berorientasi pada data dan visual [10].

Keberhasilan terciptanya Digital Marketing Hub Tamendao membuktikan bahwa model kolaboratif yang berlandaskan komunitas dapat menghasilkan ekosistem promosi yang lebih efisien daripada promosi secara individu. Pernyataan ini sejalan dengan teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan signifikansi partisipasi, kemandirian, dan kerja sama antara para pelaku usaha dalam mencapai kelangsungan program. Pusat tersebut berperan sebagai tempat inovasi digital yang memperkuat identitas bersama dan menciptakan nilai tambah melalui konsistensi merek area kuliner tepi laut [11].

Kenaikan jumlah pengunjung menunjukkan bahwa strategi branding visual dan kampanye konten yang terarah telah efektif menarik minat pasar di kawasan kuliner tersebut. Informasi ini selaras dengan sejumlah penelitian yang menegaskan bahwa Instagram dan WhatsApp Business adalah platform yang efektif bagi UMKM karena menawarkan visibilitas tinggi, akses yang luas, serta komunikasi dua arah yang cepat [12,13].

Di samping itu, penguatan pemuda pesisir sebagai pengelola konten dan administrator media sosial menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas digital dapat menciptakan jenis pekerjaan baru yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif. Oleh karena itu, aktivitas pengabdian ini tidak hanya mempengaruhi peningkatan kompetensi UMKM, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi lokal melalui partisipasi generasi muda dalam ekosistem digital [14-15]

4. Kesimpulan

Program “Inovasi Pemasaran Digital untuk UMKM di Kalangan Pemuda Pesisir Kota Gorontalo” telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan kemampuan dan kemandirian pelaku UMKM pesisir Tamendao dalam menggunakan teknologi digital untuk promosi usaha. Dengan pelatihan dan bimbingan, pelaku UMKM dapat mengelola media sosial secara profesional, terutama lewat Instagram Business untuk memperkuat identitas dan promosi usaha, serta WhatsApp Business sebagai sarana komunikasi dan layanan konsultasi bagi pelanggan. Pembentukan Digital Marketing Hub Tamendao merupakan langkah krusial dalam membangun ekosistem kolaboratif antara pelaku usaha dan generasi muda pesisir yang fokus pada pengelolaan promosi digital yang berkelanjutan. Keberhasilan program ini membuktikan bahwa penerapan pemasaran digital bisa menjadi solusi yang efektif untuk memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan memperkuat citra kawasan kuliner pesisir sebagai destinasi unggulan daerah. Agar hasil yang dicapai tetap berkelanjutan, disarankan Digital Marketing Hub terus mendapatkan dukungan dari universitas, pemerintah setempat, dan mitra swasta melalui pelatihan lanjutan, bimbingan manajemen konten, serta penguatan jaringan promosi. Melalui kerjasama yang berkelanjutan, diharapkan wilayah pesisir Tamendao dapat menjadi contoh pengembangan UMKM berbasis digital yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat pesisir secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengungkapkan rasa syukur dan penghargaan yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan ini dapat berlangsung dengan sukses. Teks ini adalah hasil dari pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat yang dilakukan oleh tim dengan Muhammad Akram Mursalim sebagai Ketua Pelaksana dan juga penulis utama.

Ucapan terima kasih khusus ditujukan kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi yang telah memberikan bantuan dana pada tahun 2025. Dukungan tersebut memungkinkan pelaksanaan seluruh rangkaian kegiatan mulai dari tahap sosialisasi, pelatihan, penerapan teknologi, hingga pendampingan dalam pemasaran digital bersama mitra.

Kami turut memberikan penghargaan kepada Mitra UMKM di Kelompok Pemuda Pesisir yang telah berkontribusi secara aktif dalam setiap tahap kegiatan, menyediakan tempat, fasilitas, serta melibatkan semua anggota kelompok secara keseluruhan dalam proses pembelajaran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada aparat desa, warga setempat, serta mahasiswa pendamping yang telah berkontribusi dalam dokumentasi dan pelaksanaan teknis di lapangan.

Harapan dukungan, kolaborasi, dan keterlibatan dari semua pihak dapat memberikan keuntungan berkelanjutan bagi peningkatan kemampuan mitra, penguatan kemandirian pangan daerah, serta pengembangan pengetahuan dan teknologi di bidang inovasi digital yang berkelanjutan.

Referensi

- [1]. Alvian HA, Muharrom MF, Winarno A, Hermawan A. Menciptakan Strategi Bersaing Dengan Inovasi Produk Dan Pemanfaatan Digital Marketing Di Era Modernisasi (Studi Pada UMKM Bungkus Ind). *J Pemantik*. 2023;2(2):69-78.
- [2]. Awa A, Palahudin P, Sya'diah CZ, Fauziah NR. Keberhasilan usaha berdasarkan digital marketing, kreativitas, dan inovasi pada UMKM konveksi di kabupaten Bogor. *Innov: J Soc Sci Res*. 2024;4(2):7813-30.
- [3]. Aziezy E, Pahlevi A, Ramadhan S, Saputra AA. Revitalisasi Bisnis UMKM di Desa Waluyo Melalui Inovasi Digital. *J Pengabdian Masyarakat: Pemberdayaan, Inovasi dan Perubahan*. 2024;4(3).
- [4]. Fakhriyyah DD, Susanti Y, Laili SS. Pengembangan inovasi produk dan penggunaan digital marketing sebagai upaya peningkatan penjualan umkm makanan. *J Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*. 2022;3(1):9-16.
- [5]. Laurina NA, Swastuti E, Nurchayati N, Yunita LE. Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Branding dan Inovasi Digital. *Dedikasi Sains dan Teknologi (DST)*. 2024;4(1):7-15.

- [6]. Palahudin P, Samsuri S, Ramadian A, Nurdiana RP, Hamdani MF, Halimatussadiyah S, et al. Pengembangan Inovasi Produk dan Digital Marketing Pada UMKM Enye Singkong Dua Putra Desa Bojong. *Innov: J Soc Sci Res.* 2025;5(1):1166–76.
- [7]. Roqybah L, Yuniansyah IF, Rizki AM, Rokhmaturrizqiyah F, Zain B, Muhamad DF, et al. Strategi digital marketing untuk UMKM: Meningkatkan daya saing di pasar lokal melalui media sosial. *J Organisasi dan Manajemen Indonesia.* 2025;3(1):41–50.
- [8]. Sufaidah S, Munawarah M, Aminah N, Prasastii MA, Oktavianti D. Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: J Pengabdian Masyarakat.* 2022;3(3):152–6.
- [9]. Terttiaavini T, Hertati L, Yulius Y, Saputra TS. Pelatihan Digital Marketing Dan Inovasi Produk Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Ikan Pedo Serbuk. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri).* 2024;8(2):2405–16.
- [10]. Kotler P, Keller KL. *Marketing Management.* 15th ed. Pearson Education; 2016.
- [11]. Chaffey D, Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.* 7th ed. Pearson; 2019.
- [12]. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. *Peta Jalan Digitalisasi UMKM Indonesia.* KemenKopUKM RI; 2021.
- [13]. Putri RA, Nugroho A. Strategi pemasaran digital untuk pengembangan UMKM di era industri 4.0. *J Manajemen dan Kewirausahaan.* 2020;22(2):120–30.
- [14]. Sujarweni VW. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi.* Pustaka Baru Press; 2019.
- [15]. Wibowo A, Prasetyo H. Pendampingan digital marketing berbasis komunitas pada UMKM kuliner pesisir. *J Pengabdian kepada Masyarakat.*