

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh program pelatihan pemasaran digital terhadap peningkatan kemampuan serta daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Tanjungpinang. Dalam pelaksanaannya, program pelatihan digital tersebut merupakan salah satu langkah yang diambil pemerintah guna mendorong percepatan transformasi ekonomi digital di kalangan pelaku UMKM.

Kebijakan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM merupakan bagian dari strategi pemerintah dalam mendorong transformasi ekonomi berbasis digital. Perwali Kota Tanjungpinang No.35 Tahun 2023 adalah menjadi payung hukum bagi Dinas Tenaga kerja, Koperasi, dan Usaha Mikro dalam merumuskan dan mengeksekusi kebijakan fasilitas, bimbingan teknis, serta peningkatan kapasitas usaha mikro.

Salah satu program ini adalah kegiatan dari Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang diarahkan untuk memperkuat kapasitas pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi informasi serta platform digital sebagai media pemasaran produk, sehingga dapat memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan daya saing usaha mereka.

Materi pelatihan pemasaran digital ini mencakup pemahaman literasi digital, strategi promosi melalui media sosial, pengoperasian *e-commerce*,

hingga penguatan keterampilan dalam mengelola usaha berbasis digital. Kebijakan tersebut tidak sekadar bersifat teknis, melainkan juga memiliki dimensi strategis dalam mendukung pemberdayaan ekonomi lokal serta pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan di Kota Tanjungpinang.

Praktiknya, program pelatihan digital untuk UMKM telah diterapkan sebagai upaya pemerintah untuk meningkatkan transformasi ekonomi digital. Namun, kenyataannya menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan program-program ini tidak konsisten. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah UMKM sekitar 15003, sedangkan yang mengikuti pelatihan digital sebanyak kurang lebih 110 dengan persentase 0,6% yang tercatat mengikuti pelatihan pemasaran digital selama periode Tahun 2023-2025. Tetapi angka ini menggambarkan bahwa jangkauan pelatihan masih sangat terbatas dibandingkan banyaknya UMKM. Dapat dikatakan program-program pelatihan yang ada baru berdampak jangka pendek dan belum merata maupun dampak yang luas terhadap pertumbuhan bisnis.

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengkaji topik pelatihan digital dengan penekanan yang beragam. Sebagian di antaranya cenderung terpusat pada sisi teknis pelaksanaan pelatihan atau capaian jangka pendek, seperti peningkatan keterampilan dasar dalam pembuatan konten digital dan pengelolaan media sosial, tanpa menyentuh evaluasi kebijakan dari segi implementasinya, keberlanjutannya, maupun kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal (Kembang et al., 2025)

Pada penelitian terdahulu, menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing mampu meningkatkan kemampuan teknis peserta, tapi belum menilai kebijakan pemerintah terhadap ekonomi jangka panjang (Zuriati et al., 2024)

Di sisi lain kemudian penelitian yang dilakukan oleh (Hakim, 2024), menemukan bahwa pelatihan berbasis komunitas hanya berpengaruh pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi tidak memiliki mekanisme evaluasi yang mengukur berkelanjutan hasil pelatihan atau kontribusinya terhadap ekonomi lokal.

Selanjutnya, hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Maherdika et al., (2024) juga mengaskan bahwa sebagian besar kebijakan pengembangan UMKM di daerah masih bersifat administratif dan belum lengkapi dengan sistem evaluasi kebijakan tersebut, sehingga sulit untuk mengukur program terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

Selain itu, berbagai penelitian terdahulu cenderung terfokus pada evaluasi aspek teknis pelatihan semata, sehingga pertimbangan kebijakan secara menyeluruh kerap terabaikan. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji kebijakan pelatihan digital di Kota Tanjungpinang dalam meningkatkan literasi digital sekaligus memperkuat daya saing pelaku usaha. Evaluasi ini diperlukan guna memastikan apakah dampak yang dihasilkan hanya bersifat sementara atau justru berkelanjutan bagi kelompok sasaran, termasuk dengan menelusuri lebih jauh perkembangan usaha UMKM peserta pasca-pelatihan, khususnya di wilayah kepulauan.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi tulang punggung perekonomian nasional, tercermin dari kontribusinya yang melampaui 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta kemampuannya menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Meski demikian, rendahnya tingkat literasi digital, terbatasnya infrastruktur pendukung, serta minimnya akses terhadap teknologi masih menjadi kendala utama yang menghambat optimalisasi potensi pemasaran digital bagi para pelaku UMKM (Amijaya et al., 2023)

Kondisi ini pada gilirannya membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, sekaligus mendorong laju pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Menyikapi hal tersebut, pemerintah mengambil sejumlah langkah inisiatif melalui penerapan berbagai kebijakan, termasuk di antaranya program pelatihan dan pendampingan pemasaran digital, guna membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing mereka di pasar global (Sugiri, 2020).

Umumnya, UMKM dikelola secara perorangan atau oleh sekelompok kecil orang, dengan skala usaha, jumlah tenaga kerja, dan tingkat pendapatan yang relatif lebih kecil dibandingkan perusahaan besar. Dalam pengelompokannya, Pemerintah Indonesia membedakan UMKM berdasarkan besaran aset dan pendapatan tahunan, di mana usaha mikro menempati skala terkecil, disusul oleh usaha kecil, kemudian usaha menengah.

Berdasarkan data profil ekonomi dan ketenagakerjaan dari BPS kota Tanjungpinang didominasi oleh perdagangan Eceran & besar yang dimana meliputi toko kelontong warung harian, dengan jumlah 7.603 unit usaha sedangkan Kuliner atau penyediaan akomodasi makanan dan minuman

meliputi rumah makan , kedai kopi dan usaha makanan olahan sebanyak 4.833, kemudian dari skala industri pengolahan atau aneka kerajinan yang meliputi industri tumah tangga, pembuatan kerupuk, kue lokal, pakaian dan sovenir tercatat sebanyak 2.071 unit usaha. Dari ketiga tersebut terdapat 74% unit usaha yang bergerak di kota Tanjungpinang.

Keberadaan UMKM memegang peran krusial dalam perekonomian rakyat, mengingat kemampuannya untuk beradaptasi serta posisinya yang strategis dalam mendorong terwujudnya kesetaraan ekonomi Tuban, (2025). Mengacu pada Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008, penggolongan usaha sebagai UMKM ditetapkan berdasarkan tiga kriteria berikut: a) Usaha mikro, yaitu usaha dengan nilai aset paling banyak Rp50 juta dan omzet tahunan tidak melebihi Rp300 juta. b) Usaha kecil, yaitu usaha dengan nilai aset di atas Rp50 juta hingga kurang dari Rp500 juta, serta omzet tahunan di atas Rp300 juta hingga di bawah Rp2,5 miliar. c) Usaha menengah, yaitu usaha dengan nilai aset di atas Rp500 juta hingga kurang dari Rp10 miliar, serta omzet tahunan di atas Rp2,5 miliar hingga di bawah Rp50 miliar (Hapsari, Yulya et al., 2024)

Guna mendukung transformasi digital di sektor UMKM, Pemerintah Indonesia telah menerbitkan sejumlah regulasi. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menegaskan kewajiban pemerintah untuk menyediakan fasilitas berupa pelatihan, akses teknologi, dan pemasaran demi meningkatkan daya saing UMKM (UU No. 20 Tahun 2008). Selain itu, Peraturan Presiden Nomor 74 Tahun 2017 tentang Peta Jalan *E-*

Commerce menetapkan target percepatan digitalisasi UMKM sebagai bagian dari strategi ekonomi nasional (Perpres No. 74 Tahun 2017).

Mengacu pada Undang-Undang Cipta Kerja Nomor 11 Tahun 2020, ditegaskan pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemberdayaan UMKM agar mampu beradaptasi dengan pasar global sebagaimana diamanatkan dalam undang-undang tersebut. Di samping regulasi nasional yang menjadi kerangka hukum bagi transformasi digital UMKM, kerangka tersebut turut dilengkapi dengan kebijakan di tingkat lokal yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Tanjungpinang.

Di tingkat daerah, Kota Tanjungpinang memiliki Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2024 mengenai Organisasi Perizinan Usaha dan Non-Perizinan. Selain itu, terdapat pula Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pemenuhan standardisasi tersebut merupakan bagian dari RPJMD Tanjungpinang 2025-2029, yang menjadikan penguatan transformasi digital sebagai salah satu prioritas utamanya.

Pemerintah kota bekerjasama dengan dengan pihak terkait UMKM lokal mampu menembus pasar nasional hingga internasional. Pada dasarnya, peraturan ini menyederhanakan prosedur bagi pelaku UMKM untuk memperoleh legitimasi bisnis digital, sehingga mempercepat akses mereka terhadap dukungan, kemitraan, pendanaan, dan peluang pemasaran berbasis teknologi.

Keberadaan kebijakan tersebut menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM di Kota Tanjungpinang tidak hanya bertumpu pada regulasi nasional, tetapi telah diinstitutionalisasi dalam kebijakan daerah. Namun demikian, efektivitas implementasinya masih memerlukan evaluasi untuk menilai sejauh mana instrumen regulasi tersebut benar-benar meningkatkan literasi digital, akses pasar *online*, serta daya saing UMKM secara berkelanjutan (Pusadan & Dwiwijaya, 2023).

Kota Tanjungpinang memiliki karakteristik ekonomi yang berbeda dengan banyak daerah lain di Indonesia karena berada di kawasan strategis Provinsi Kepulauan Riau yang berdekatan dengan Batam, Singapura, dan Malaysia. Posisi tersebut menjadikan Tanjungpinang sebagai salah satu daerah yang memiliki aktivitas perdagangan dan distribusi barang yang cukup tinggi. Kemudahan akses transportasi laut dan perdagangan antardaerah menyebabkan berbagai produk dari luar daerah maupun luar negeri mudah masuk ke pasar Tanjungpinang. Produk-produk tersebut dipasarkan melalui toko *modern*, pusat perbelanjaan, media sosial, hingga *marketplace* seperti *Shopee*, Tokopedia, TikTok Shop, dan platform digital lainnya.

Namun sebagian besar pemilik usaha ini mendapatkan tantangan yang dihadapi contohnya pada proses digitalisasi, modal, dan sumber daya manusia, serta kemampuan manajerial. Kondisi ini membuat daya saing UMKM di Tanjungpinang relatif rendah dibandingkan dengan daerah lain yang sudah lebih adaptif teknologi digital (Hapsari & Nurhajjah, 2020).

Berdasarkan beberapa produk UMKM Kota Tanjungpinang dengan Kelayakan *Marketplace* sebagai berikut:

1. Produk olahan perikanan dan makanan khas (kerupuk ikan, otak-otak, gonggong olahan, kue tradisional, frozen seafood);
2. Kuliner rumahan dan katering;
3. Kerajinan tangan dan suvenir khas Melayu (batik gonggong, tanjak, aksesoris, anyaman);
4. Produk fesyen dan konveksi lokal;
5. Produk herbal dan olahan rumah tangga.

Secara prinsip, mayoritas produk tersebut layak dipasarkan melalui *marketplace*, baik di platform seperti Tokopedia, Shopee, maupun Gojek dan aplikasi *online* lainnya, dengan mempertimbangkan beberapa kriteria utama:

Produk yang Sangat Sesuai *Marketplace*:

1. Produk tahan lama (*non-perishable*);
2. Kerajinan tangan dan fesyen;
3. Produk kemasan kering (kerupuk, kue kering);
4. Produk dengan ukuran ringan dan biaya kirim terjangkau.

Produk ini memenuhi kriteria digital *commerce* yang mudah dikemas, memiliki standar kualitas, dapat difoto dengan baik, dan memiliki nilai diferensiasi.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tantangan UMKM di Kota Tanjungpinang bukan hanya terletak pada kemampuan menghasilkan produk, tetapi juga pada kemampuan memasarkan produk secara efektif di era ekonomi

digital. Persaingan usaha saat ini tidak lagi hanya terjadi pada aspek kualitas barang, tetapi juga pada kecepatan informasi, strategi promosi, pelayanan kepada konsumen, dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM menjadi kebutuhan yang mendesak agar produk-produk lokal tetap memiliki daya saing serta mampu mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pasar yang semakin terbuka. Akibatnya, banyak produk lokal hanya dikenal oleh masyarakat sekitar dan belum mampu bersaing secara optimal dengan produk dari luar yang telah memanfaatkan teknologi digital secara lebih baik.

Menurut Joseph Schumpeter, wirausaha adalah proses inovasi melalui penggabungan sumber daya dengan cara baru untuk menciptakan produk, pasar, atau metode produksi yang berbeda. Sebagai salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi maupun sosial, kewirausahaan memberikan kontribusi nyata lewat penciptaan lapangan kerja, penurunan angka pengangguran, dan percepatan pertumbuhan ekonomi, sekaligus menawarkan berbagai solusi kreatif untuk menjawab persoalan-persoalan sosial yang ada (Amsal, 2025).

Rasio kewirausahaan didefinisikan sebagai proporsi unit usaha atau individu yang terlibat dalam kegiatan kewirausahaan terhadap populasi ekonomi suatu wilayah, dan berfungsi sebagai indikator intensitas aktivasi usaha baru yang potensial menciptakan lapangan kerja. Aktivitas kewirausahaan yang meningkat, khususnya di sektor UMKM, dapat berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja baru, tetapi hubungan ini tidak

selalu bersifat proporsional karena banyak usaha mikro yang hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah kecil (Putranto et al., 2025).

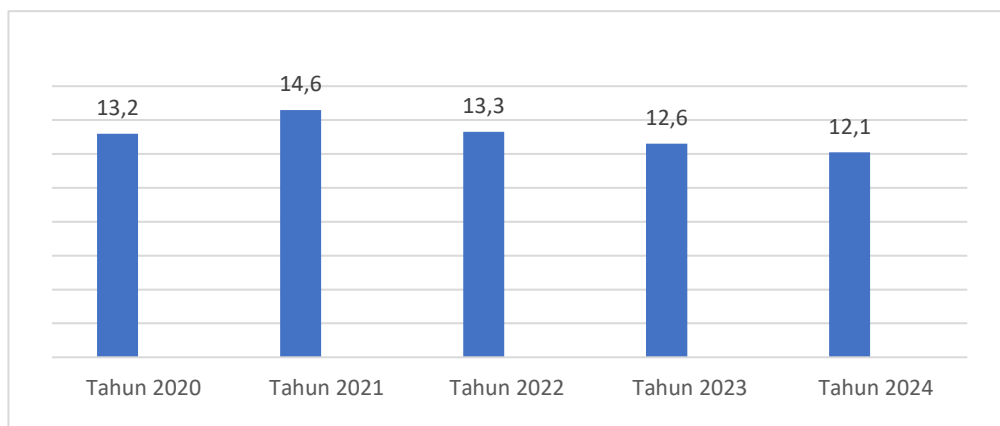
Tabel 1.1 Jumlah Angkatan Kerja, Jumlah Wirausaha Dan Rasio kewirausahaan di Kota Tanjungpinang

No.	Uraian	2020	2021	2022	2023	2024
1.	Angkatan Kerja	102.533	100.874	110.559	118.104	124.346
2.	Wirausaha	13.492	14.687	14.687	14.873	15.003
	Rasio Kewirausahaan daerah (%)	13,16	14,56	13,28	12,59	12,07

Sumber: (Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 2 Tahun 2025 Tentang, 2025)

Data ketenagakerjaan Kota Tanjungpinang periode 2020-2024 memberi gambaran soal geliat kewirausahaan di daerah ini. Angkanya melompat dari 102.533 orang di awal periode menjadi 124.346 orang pada 2024 kenaikan yang konsisten setiap tahunnya. Fenomena ini pada dasarnya mencerminkan satu hal yaitu populasi usia produktif di wilayah tersebut semakin siap masuk dan berkontribusi dalam roda perekonomian.

Meski lajunya tidak secepat pertumbuhan tenaga kerja secara keseluruhan, jumlah wirausaha di Kota Tanjungpinang tetap menunjukkan kenaikan dari tahun ke tahun dari 13.492 unit pada 2020 menjadi 18.613 unit pada 2024. Kesenjangan laju pertumbuhan ini menyiratkan sesuatu yang menarik: minat masyarakat untuk merintis usaha mandiri sebenarnya terus tumbuh, hanya saja belum sepenuhnya diimbangi dengan kemudahan dalam mengembangkan usaha tersebut di lapangan.

Tabel 1.2 Rasio kewirausaha Daerah Kota Tanjungpinang Tahun 2020-2024

Sumber: (Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 2 Tahun 2025 Tentang, 2025)

Menariknya, kedua data pada Tabel 1.1 dan Tabel 1.2 justru memperlihatkan arah yang berlawanan. Di satu sisi, jumlah angkatan kerja dari kalangan wirausaha terus bertambah sepanjang 2020-2024; namun di sisi lain, rasio kewirausahaannya malah menyusut dari 14,6% pada 2021 menjadi 12,1% pada 2024. Dengan kata lain, bertambahnya jumlah wirausaha ternyata belum mampu mengimbangi laju pertumbuhan tenaga kerja secara keseluruhan.

Kondisi tersebut erat kaitanya dengan tujuan penelitian yang ingin mengevaluasi seberapa efektif kebijakan pemerintah dalam menyediakan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM. Penurunan rasio kewirausahaan menunjukkan bahwa program pelatihan digital yang telah diterapkan belum memberikan dampak yang berkelanjutan dalam meningkatkan keterampilan, produktivitas, dan kemandirian pemilik usaha.

Evaluasi program ini menunjukkan adanya pandangan positif dalam peningkatan omzet dan pengembangan jaringan pemasaran digital UMKM.

Terus melakukan *monitoring* dan evaluasi di perlukan untuk melihat dampak jangka panjang kebijakan ini. Hasil evaluasi menjadi acuan untuk menyempurnakan program di masa mendatang (Herman et al., 2024).

Adanya suatu kebijakan pada dasarnya menuntut proses evaluasi sebagai tindak lanjutnya. Pada intinya, evaluasi merupakan upaya meninjau kembali pelaksanaan sebuah program yang telah berjalan bukan untuk mencari kesalahan masa lalu, melainkan sebagai dasar untuk memperkirakan, mengukur, dan memantau agar pelaksanaan ke depannya dapat berjalan lebih optimal. Dengan kata lain, orientasi evaluasi lebih tertuju pada perbaikan dan peningkatan di masa mendatang.

Evaluasi bertujuan untuk menilai secara objektif sejauh mana hasil yang direncanakan telah tercapai. Temuan dari evaluasi tersebut akan digunakan sebagai masukan penting dalam proses perencanaan program dimasa yang akan datang (Dewi, 2019).

Selanjutnya, evaluasi juga merujuk pada berbagai makna yang berkaitan dengan penerapan ukuran nilai terhadap hasil dari suatu kebijakan atau program. Secara umumnya kata “evaluasi” sering digunakan secara bergantian dengan istilah seperti penilaian atau estimasi, yang menunjukkan upaya untuk menganalisis keluaran kebijakan dalam bentuk nilai tertentu.

Pada dasarnya, informasi mengenai nilai atau manfaat dari suatu hasil kebijakan adalah tujuan utama yang hendak dicapai lewat evaluasi. Suatu kebijakan atau program dapat dikatakan berkinerja baik apabila hasilnya nyata berkontribusi terhadap pencapaian tujuan yang ditetapkan dan capaian

semacam ini sekaligus menjadi penanda bahwa akar permasalahan kebijakan telah teridentifikasi dengan jelas, bahkan berhasil diselesaikan (Wati & Ika, 2024).

Menurut Dunn, (2003) evaluasi program dipahami sebagai kegiatan analisis yang mana bertujuan untuk menilai, kinerja, dan konsekuensi dari suatu program publik yang merupakan instrumen pelaksanaan kebijakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pemahaman tentang evaluasi program terdiri dari kerangka pengetahuan atau kemampuan untuk menentukan seberapa efektif kegiatan-kegiatan yang direncanakan dengan cermat tersebut dapat dilaksanakan (Wati & Ika, 2024)

Evaluasi dampak kebijakan berfungsi untuk menilai sejauh mana suatu program benar-benar menghasilkan perubahan yang diharapkan terhadap kelompok sasaran, bukan sekadar terlaksana secara administratif. Pelatihan pemasaran digital UMKM di Kota Tanjungpinang, evaluasi dampak diperlukan untuk mengukur apakah pelatihan tersebut mampu meningkatkan kapasitas digital, mendorong adopsi marketplace, serta berdampak pada peningkatan kinerja usaha.

Evaluasi dampak tidak berhenti pada sekadar mengukur tingkat keberhasilan sebuah program. Lebih dari itu, ia berfungsi mengungkap kesenjangan antara apa yang ditargetkan kebijakan dengan apa yang senyatanya terjadi di lapangan, sekaligus menelusuri faktor-faktor di baliknya, baik yang mendorong keberhasilan maupun yang memicu kegagalan. Atas dasar itulah, evaluasi dampak menempati posisi penting sebagai instrumen perbaikan desain

kebijakan, peningkatan efektivitas intervensi pemerintah, hingga jaminan bahwa manfaat program benar-benar berkelanjutan bagi pelaku UMKM.

Pelatihan ini diadakan karena untuk sebagian besar para pelaku UMKM ini masih belum mampu memaksimalkan manfaat dari proses digitalisasi secara mendalam. Hal ini akan berdampak pada perkembangan usaha, bahkan menyebabkan beberapa diantaranya mengalami kebangkrutan atau gulung tikar dengan usahanya (Fithriawan et al., 2025)

Minimnya pengetahuan serta terbatasnya akses terhadap teknologi digital menjadi salah satu akar persoalan yang menghambat transformasi usaha ke arah yang lebih baik. Di sinilah program pelatihan hadir sebagai jawaban membekali pelaku usaha dengan teknik pemasaran yang tepat sasaran, memperluas jangkauan pasar, sekaligus mendongkrak daya saing dan mempercepat laju pertumbuhan UMKM di Tanjungpinang.

Dari sudut pandang administrasi negara, persoalan ini layak menjadi fokus kajian tersendiri. Sebab, keberhasilan sebuah kebijakan publik semestinya tidak diukur hanya dari banyaknya kegiatan yang diselenggarakan atau jumlah peserta yang terlibat (output), melainkan sejauh mana kebijakan tersebut mampu menghadirkan perubahan yang benar-benar dirasakan oleh kelompok sasaran (*outcome dan impact*).

Berdasarkan kondisi faktual dan landasan teoritis tersebut, dapat dipahami bahwa digitalisasi bukan lagi menjadi pilihan bagi pelaku UMKM, melainkan sebuah kebutuhan agar produk lokal Kota Tanjungpinang mampu bertahan, berkembang, dan bersaing dengan produk dari luar daerah maupun luar negeri.

Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi sejauh mana kebijakan pelatihan pemasaran digital yang dilaksanakan Pemerintah Kota Tanjungpinang telah memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas digital, perubahan perilaku pemasaran, perluasan pasar, dan peningkatan daya saing UMKM sebagai sasaran utama kebijakan tersebut.

Apabila pelatihan hanya berhenti pada tahap penyampaian materi tanpa mekanisme pendampingan, monitoring, dan evaluasi yang terstruktur, maka kebijakan berisiko menghasilkan dampak jangka pendek yang bersifat administratif, bukan transformasional. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dampak kebijakan untuk program pelatihan pemasaran digital UMKM di Kota Tanjungpinang.

Berdasarkan data dari fenomena masalah yang ada maka dengan ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang **“Evaluasi Dampak Kebijakan Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Daerah Kota Tanjungpinang.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian yang disusun oleh peneliti, yakni; “Bagaimanakah Evaluasi Dampak Kebijakan Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Daerah Kota Tanjungpinang?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Evaluasi Dampak Kebijakan Pelatihan Pemasaran Digital Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Daerah Kota Tanjungpinang.”

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang ingin dicapai, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat penelitian dengan manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dari sisi teoritis, kontribusi yang diharapkan dari penelitian ini terletak pada pengembangan ilmu Administrasi Negara, khususnya dalam ranah evaluasi kebijakan publik terkait pemberdayaan UMKM berbasis digital. Lebih jauh, penelitian ini turut memperkaya pemahaman atas keterkaitan antara kebijakan publik, peningkatan literasi digital, perubahan perilaku pelaku UMKM, hingga dampaknya terhadap daya saing dan keberlangsungan usaha. Melalui penekanan pada pengukuran *outcome* dan *impact*, penelitian ini diharapkan mampu mendorong lahirnya pendekatan evaluasi kebijakan yang lebih komprehensif dan berorientasi jangka panjang.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan Pemerintah Kota Tanjungpinang dalam merancang kebijakan pelatihan pemasaran digital bagi UMKM yang lebih efektif, mulai dari

tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi program, agar hasilnya lebih tepat sasaran dan berkelanjutan. Tidak hanya bagi pemerintah, penelitian ini juga diharapkan mampu membuka wawasan pelaku UMKM tentang betapa pentingnya pemanfaatan pemasaran digital sebagai kunci daya saing dan keberlangsungan usaha mereka.

