

RINGKASAN

Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif. Penelitian ini mengambil judul “Analisis Kinerja Pemasaran UMKM: Literasi Digital, Promosi Media Sosial, dan Faktor Moderasi Kesiapan Teknologi (Studi pada UMKM Kuliner di Purwokerto)”.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh literasi digital, promosi media sosial, dan faktor moderasi kesiapan teknologi terhadap kinerja pemasaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner di Purwokerto. Jumlah responden yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. *Purposive sampling method* digunakan dalam penentuan responden.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data dengan menggunakan *software* IBM SPSS menunjukkan bahwa: (1) Literasi digital berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, (2) Promosi media sosial berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, (3) Kesiapan teknologi tidak memoderasi hubungan antara promosi media sosial terhadap kinerja pemasaran.

Implikasi dari kesimpulan diatas yaitu berfokus pada peningkatan daya saing UMKM kuliner melalui pemanfaatan teknologi digital dan media sosial. Untuk itu, perlu ada peningkatan literasi digital bagi pelaku UMKM, dengan menyelenggarakan pelatihan yang berfokus pada pengelolaan media sosial dan strategi digital marketing. Selain itu, pengembangan strategi promosi melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, serta pemanfaatan fitur seperti iklan berbayar dan kerjasama dengan influencer, dapat meningkatkan efektivitas pemasaran. Peningkatan infrastruktur dan akses teknologi, terutama di daerah dengan kendala konektivitas, juga diperlukan untuk mendukung pemasaran digital. Terakhir, pendampingan dan dukungan melalui program mentoring atau kolaborasi dengan akademisi dan praktisi bisnis digital akan membantu UMKM mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar digital.

Kata Kunci: Literasi Digital, Promosi Media sosial, Kinerja Pemasaran

SUMMARY

This study is a quantitative research with the title "Marketing Performance Analysis of MSMEs: Digital Literacy, Social Media Promotion, and Technology Readiness as a Moderating Factor (A Study on Culinary MSMEs in Purwokerto)." The aim of this research is to determine the effect of digital literacy, social media promotion, and the moderating factor of technology readiness on marketing performance.

The population in this study consists of culinary MSME entrepreneurs in Purwokerto. A total of 100 respondents were selected using the purposive sampling method.

Based on the results and data analysis using IBM SPSS software, the findings show that: (1) Digital literacy has a positive effect on marketing performance, (2) Social media promotion has a positive effect on marketing performance, (3) Technology readiness does not moderate the relationship between social media promotion and marketing performance.

The implications of these conclusions focus on increasing the competitiveness of culinary MSMEs through the utilization of digital technology and social media. Therefore, there is a need to enhance digital literacy for MSME entrepreneurs by organizing training focused on social media management and digital marketing strategies. Furthermore, the development of promotional strategies through social media platforms such as Instagram, Facebook, and TikTok, along with the use of features like paid ads and collaborations with influencers, can improve marketing effectiveness. Additionally, improving infrastructure and technology access, especially in areas with connectivity challenges, is necessary to support digital marketing efforts. Lastly, mentoring and support through programs or collaboration with academics and digital business practitioners will help MSMEs develop more effective marketing strategies, thus enhancing their competitiveness in the market.

Keywords: *Digital Literacy, Social Media Promotion, Marketing Performance*