ABDIFORMATIKA
Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Bugangan Melalui Pemanfaatan Teknologi AI dalam Pemasaran Digital

Nur Hayati[1], Nur Hadian*[2], M. Rudi Fanani[3]
[1,2,3]Program Studi Teknologi Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pekalongan
e-mail: nurhayatitris@gmail.com[1], nurhadian97@gmail.com*[2], idurinanaf@gmail.com[3]

Received:	Revised:	Accepted:	Available online:
15.10.2024	29.10.2024	11.11.2024	30.11.2024

Abstract: *A community service programme focused on educating the use of artificial intelligence (AI) technology for MSMEs in Bugangan Village, Pekalongan Regency, resulted in a significant increase in understanding among participants. Of the 30 participants, 85% reported an increased understanding of AI concepts and its application in business. In addition, 70% of participants were interested in immediately implementing AI applications to improve their operational efficiency and marketing strategies. However, AI adoption faces challenges, including limited technological infrastructure and inadequate internet access. Nonetheless, positive feedback on the interactive delivery method indicates that continuous education is essential to encourage AI adoption among MSMEs. It is hoped that the implementation of AI can improve the competitiveness and digital transformation of MSMEs, and contribute to improving the welfare of the people of Bugangan Village.*
Keywords*: Digital Marketing, MSMEs, AI Technology, Bugangan Village.*

Abstrak: Program pengabdian masyarakat yang difokuskan pada edukasi pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk UMKM di Desa Bugangan, Kabupaten Pekalongan, menghasilkan peningkatan pemahaman yang signifikan di kalangan peserta. Dari 30 peserta, 85% melaporkan peningkatan pemahaman tentang konsep AI dan aplikasinya dalam bisnis. Selain itu, 70% peserta berminat segera mengimplementasikan aplikasi AI untuk meningkatkan efisiensi operasional dan strategi pemasaran mereka. Namun, adopsi AI menghadapi tantangan, termasuk keterbatasan infrastruktur teknologi dan akses internet yang tidak memadai. Meskipun begitu, umpan balik positif terhadap metode penyampaian yang interaktif menunjukkan bahwa edukasi berkelanjutan sangat penting untuk mendorong penerapan AI di kalangan UMKM. Diharapkan, implementasi AI dapat meningkatkan daya saing dan transformasi digital UMKM, serta berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Bugangan.
Kata kunci: Pemasaran Digital, UMKM, Teknologi AI, Desa Bugangan.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi kunci pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan inovasi di banyak negara, termasuk Indonesia, dalam lima tahun terakhir. Terutama setelah krisis ekonomi 1998, UMKM sangat penting untuk menjaga stabilitas ekonomi nasional. Krisis ini memberikan pelajaran yang sangat berharga tentang bagaimana UMKM dapat menyelamatkan perekonomian dan mampu bertahan dan berkembang di tengah guncangan ekonomi yang menghancurkan sektor lain (Kusumawati & Tju, 2021). Memandang pentingnya UMKM, pemerintah Indonesia telah memberikan perhatian dan dukungan yang signifikan kepada sektor ini. Ini telah memungkinkan UMKM untuk berkembang dan berinovasi, yang pada akhirnya memungkinkan mereka untuk menggerakkan roda perekonomian dan menciptakan kesejahteraan finansial bagi masyarakat (Setiyanto et al., 2021). Karena kemampuannya untuk menciptakan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan global saat ini, UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian Indonesia dan mendapat perhatian besar (Khasanah, 2023). UMKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian suatu negara karena memiliki potensi besar untuk mendorong ekonomi lokal, menciptakan pekerjaan, dan memperkaya keanekaragaman produk. Karena itu, keberadaannya diharapkan membantu pertumbuhan ekonomi dan mencapai kesejahteraan masyarakat (Riyanto & Mardiansjah, 2018).

UMKM memainkan peran penting dalam meningkatkan produk-produk lokal, yang tidak hanya dipasarkan di dalam negeri tetapi juga mampu merambah pasar internasional (Al Farisi et al., 2022). Seringkali, fokus pengembangan UMKM berpusat pada penerapan teori promosi Kotler, yang mencakup elemen cakupan, frekuensi tayangan iklan, dan kualitas penyampaian pesan visual dan audiovisual. Pengembangan ini menekankan bagaimana UMKM dapat meningkatkan kualitas pesan promosi yang disampaikan kepada target audiens mereka melalui iklan. Kualitas ini diukur melalui kejelasan, relevansi, daya tarik, dan efektivitas pesan dalam menarik perhatian dan memengaruhi sikap

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

dan perilaku audiens. Kualitas penyampaian yang lebih baik memiliki dampak positif yang lebih besar pada audiens yang dituju (Ariyani et al., 2023). Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi banyak masalah, terutama di daerah pedesaan. Salah satunya adalah keterbatasan dalam mengadopsi dan memanfaatkan TI (Ikhwana & Dianti, 2022). Desa Bugangan, yang terletak di Kabupaten Pekalongan, adalah contoh yang jelas dari masalah ini. Dengan tujuh puluh industri rumahan yang beroperasi setiap hari, desa ini terkenal sebagai salah satu pusat pengolahan dan pemasaran ikan di Kabupaten Pekalongan. Industri rumahan ini mampu menghasilkan sekitar dua ton produk olahan ikan, seperti ikan pindang dan ikan panggang (asap). Produk ini terbuat dari berbagai jenis ikan, termasuk kembung, layang, tongkol, dan cucut, dan diproses dengan cara tradisional, yang mencakup pengasapan, penggaraman, dan pemasakan.

Meskipun ada banyak potensi produksi, UMKM di Desa Bugangan menghadapi banyak masalah. Di pasar yang semakin kompetitif, daya saing produk menurun karena pengolahan produk masih sederhana dengan teknologi yang terbatas. Produk olahan ikan juga seringkali tidak tahan lama, dengan masa simpan sekitar satu minggu (Riyanto & Mardiansjah, 2018). Guna mengatasi permasalahan ini, sangat penting untuk mengembangkan sistem informasi yang efisien serta menerapkan teknologi kecerdasan buatan (AI) secara optimal (Hartati et al., 2024). Teknologi AI, yang telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir, menawarkan berbagai solusi yang dapat membantu UMKM mengelola inventaris, meningkatkan efisiensi operasional, dan melakukan pemasaran digital dengan lebih efektif (Verdiana et al., 2023). AI dapat diintegrasikan ke dalam sistem komputer untuk membantu dalam berbagai tugas, mulai dari pengolahan data, pemasaran, hingga media. Sebagai contoh, aplikasi seperti copy.ai, desaign.ai, canva, dan pebblely menyediakan fitur-fitur yang dapat membantu UMKM mengorganisir produk, membuat desain yang menarik, dan melakukan pemasaran secara online dengan lebih efisien (Ma, 2023).

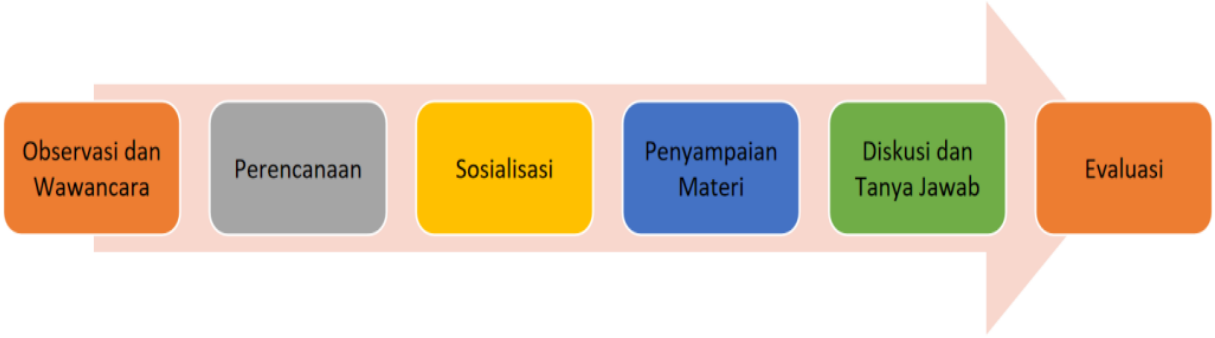
Pemanfaatan AI di sektor UMKM, terutama di desa-desa seperti Bugangan, tidak hanya dapat membantu mengatasi masalah-masalah operasional dan pemasaran, tetapi juga dapat membuka peluang baru untuk inovasi produk (Amira & Nasution, 2023). UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar global dengan memanfaatkan teknologi ini untuk meningkatkan kualitas pesan pemasaran mereka dan menampilkan produk dengan cara yang lebih menarik. Edukasi mengenai penggunaan AI kepada pelaku UMKM menjadi langkah awal yang sangat penting (Sofyan Hadinata, 2023). Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada edukasi dan penyediaan teknologi, diharapkan pelaku UMKM di Desa Bugangan dapat memahami dan memanfaatkan teknologi AI untuk mengembangkan bisnis mereka. Ini sejalan dengan upaya pemerintah Kabupaten Pekalongan untuk meningkatkan daya saing produk lokal dan ekspor. Selain itu, pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan kapasitas individu dan kolektif adalah kunci untuk mendorong kemajuan UMKM di Desa Bugangan. Pemberdayaan ini melibatkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka, mengemukakan gagasan, melakukan pilihan hidup, melakukan kegiatan ekonomi, dan berpartisipasi dalam kegiatan sosial (Sya'banniah et al., 2024). Institusi pendidikan tinggi memiliki tanggung jawab besar dalam menjalankan tugas tridharma pendidikan, yaitu memberikan pembelajaran, melakukan riset, dan memberikan kontribusi kepada masyarakat. Dengan melakukan pengabdian kepada masyarakat, perguruan tinggi bisa membantu UMKM di Desa Bugangan dalam menyelesaikan masalah mereka, meningkatkan kualitas produk yang mereka hasilkan, dan memperluas pasar yang mereka capai (Sobron & Lubis, 2021). Oleh karena itu, UMKM di Desa Bugangan diharapkan dapat mengembangkan produk-produk yang lebih inovatif, memperluas pasar, dan meningkatkan ekspor, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat dan mendukung pertumbuhan ekonomi nasional melalui penerapan teknologi AI dan dukungan edukasi yang tepat. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya integrasi teknologi dalam pengembangan sektor UMKM, yang pada akhirnya dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan (Mali & Rachmawati, 2022).

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada bulan Juli 2024 di Desa Bugangan, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah. Peserta pengabdian adalah pelaku UMKM di Desa Bugangan. Kegiatan dilaksanakan di Balai Desa Bugangan, Kabupaten Pekalongan, pada hari Jum'at 26 Juli 2024, dengan masyarakat objek adalah pelaku UMKM, perwakilan dari pemerintah desa, dan masyarakat sekitar. Kegiatan pengabdian akan menggunakan ceramah dan diskusi, serta demonstrasi aplikasi.

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

Gambar 1 menunjukkan langkah-langkah dalam proses pengabdian kepada masyarakat ini. Tahap pra-kegiatan (observasi dan wawancara), perencanaan, penyampaian materi, pelaksanaan (pengenalan teknologi AI), dan evaluasi.



Gambar 1. Tahapan kegiatan pengabdian

1. Pra kegiatan (Observasi dan wawancara) Observasi yang dilakukan meliputi survey lokasi, observasi kondisi lingkungan, dan observasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh warga dengan cara datang langsung ke lokasi dan diskusi serta bertanya kepada pemangku kepentingan setempat untuk menggali permasalahan yang dapat diselesaikan dan lain sebagainya.



Gambar 2. Wawancara dengan Kepala Desa Bugangan

2. Perencanaan yang dilakukan meliputi perencanaan dalam penyelesaian permasalahan, perencanaan alat dan sumber daya yang dibutuhkan, serta perencanaan pelaksanaan dan waktu pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat untuk penyelesaian masalah yang sudah diobservasi sebelumnya. Pertemuan dilaksanakan sekali, pada hari Jum'at, 26 Juli 2024, dengan durasi 4 jam, termasuk sesi diskusi.
3. Tahap observasi dan perencanaan diikuti oleh tahap pelaksanaan. Pada tahap ini, materi disampaikan tentang pengenalan teknologi AI dan aplikasinya, seperti *ChatGPT*, *copy.ai*, *Desain.ai*, dan *pebblely.com*. Sesi ini diikuti oleh diskusi langsung bersama peserta. Kegiatan ini dihadiri oleh 30 peserta, yang terdiri dari warga desa Bugangan serta beberapa perangkat kecamatan.
4. Evaluasi dilakukan di akhir kegiatan dengan membagikan kuesioner kepada peserta yang hadir. Hasil dari kuesioner ini nantinya akan digunakan sebagai bahan evaluasi untuk menilai keberhasilan dan keberlangsungan kegiatan pengabdian tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut beberapa hasil dari pelaksanaan pengabdian di Desa Bugangan:

1. Hasil Implementasi AI pada UMKM di Desa Bugangan
   Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Bugangan, Pekalongan, berfokus pada edukasi penggunaan teknologi AI untuk pelaku UMKM, diikuti oleh 30 peserta. Dalam kegiatan ini, peserta diperkenalkan dengan konsep sederhana penggunaan AI, seperti bagaimana AI dapat otomatisasi tugas, meningkatkan efisiensi, dan membantu pengambilan keputusan bisnis

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

(Ahluwalia et al., 2023). Mereka juga diperkenalkan dengan aplikasi AI seperti ChatGPT untuk interaksi pelanggan, Desain.ai untuk pembuatan konten visual, dan pebblely.com untuk meningkatkan visualisasi produk. Sesi tanya jawab membantu peserta memahami cara mengintegrasikan teknologi ini ke dalam bisnis mereka. Ketua pelaksana, Ibu Nur Hayati, M.Kom., menyampaikan materi dalam kegiatan ini. Gambar 3 menunjukkan bahwa ketua pelaksana, Ibu Nur Hayati, M.Kom., menyampaikan materi. Pemateri utama menyampaikan pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) untuk meningkatkan UMKM di era digital. AI memungkinkan mesin belajar dan melakukan tugas yang biasanya dilakukan manusia, seperti memecahkan masalah (R et al., 2024). Dalam digital marketing, AI penting untuk membuat dan menyebarkan iklan yang dapat meningkatkan penjualan produk UMKM (Hasan & De Utami, 2023). Namun, banyak UMKM yang menghadapi tantangan, seperti kurangnya pengetahuan tentang AI, akses terbatas ke teknologi, dan masalah keuangan. Oleh karena itu, kami mengenalkan berbagai aplikasi AI, seperti ChatGPT, yang dapat membantu pemasaran dan branding. Dengan pelatihan tentang penggunaan AI, kami berharap UMKM dapat mengatasi tantangan dan tumbuh lebih baik di pasar yang kompetitif.

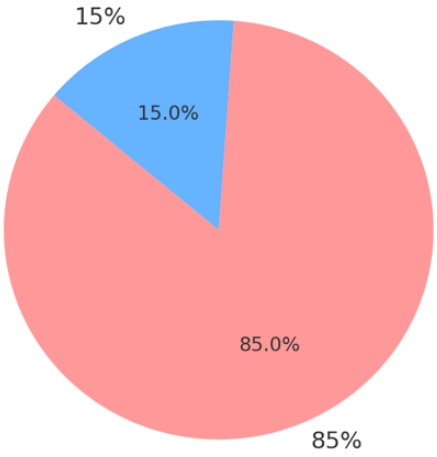


Gambar 3. Penyampaian materi

Pada diskusi tersebut Pemateri mencontohkan Chatbot dapat membantu UMKM mengotomatisasi layanan pelanggan. Dengan mengintegrasikan Chatbot ke dalam platform seperti WhatsApp atau website, UMKM dapat memberikan jawaban cepat atas pertanyaan pelanggan mengenai produk dan pesanan. Hal ini tidak hanya mempercepat respons, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut (An'ars et al., 2023), chatbot berbasis AI dapat meningkatkan interaksi dan kepuasan pelanggan secara signifikan. Desain.ai memungkinkan UMKM untuk membuat konten visual menarik dengan mudah. Dengan alat ini, UMKM dapat membuat poster dan materi promosi tanpa memerlukan keterampilan desain khusus.Kemudian (Kar, 2023) mengatakan bahwa penggunaan alat AI untuk konten visual dapat meningkatkan efektivitas pemasaran. Misalnya, UMKM dapat menggunakan Desain.ai untuk membuat poster promosi diskon yang menarik perhatian pelanggan di media sosial. Setelah penyampaian materi selesai selanjutnya dilakukan evaluasi yaitu dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 peserta yang hadir. Hasil kegiatan ini sangat positif, dengan kuesioner yang dibagikan kepada peserta pada akhir sesi menunjukkan bahwa 85% dari mereka merasakan peningkatan pemahaman yang signifikan mengenai konsep Artificial Intelligence (AI) dan aplikasinya dalam dunia bisnis. Mayoritas peserta menilai materi yang disampaikan tidak hanya mudah dipahami, tetapi juga sangat relevan dengan kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usaha mereka. Selain itu, peserta memberikan umpan balik yang menunjukkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri untuk menerapkan teknologi AI dalam strategi bisnis mereka, seperti dalam pemasaran dan pengelolaan interaksi dengan pelanggan. Kegiatan ini juga berhasil membangun kesadaran akan pentingnya inovasi dan adopsi teknologi dalam meningkatkan daya saing UMKM, dan menciptakan ruang untuk diskusi lebih lanjut mengenai pemanfaatan AI di

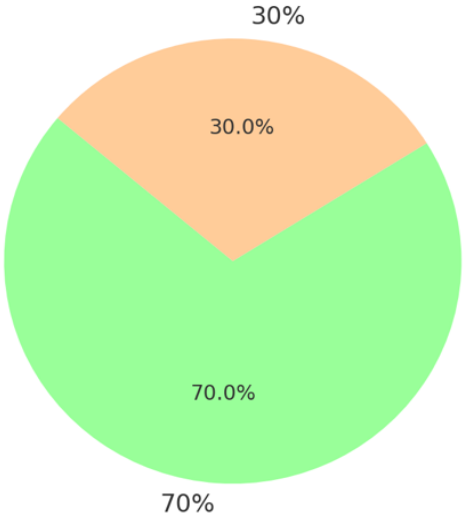
Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

masa depan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga mendorong peserta untuk berpikir kreatif dan terbuka terhadap penerapan teknologi dalam usaha mereka.



Gambar 3. Paham konsep AI

Selain itu, tujuh puluh persen dari peserta yang berpartisipasi menyatakan bahwa mereka berniat untuk segera menerapkan salah satu atau lebih aplikasi AI yang telah dibuat dalam proyek mereka. Keputusan ini dibuat karena fakta bahwa AI dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pemasaran, dan meningkatkan cara berkomunikasi dengan pelanggan (Pongtambing et al., 2023). Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga melihat potensi nyata dari penerapan teknologi ini dalam usaha mereka. Dokumentasi visual yang dihasilkan dari kegiatan ini memberikan gambaran jelas tentang interaksi antara tim pengabdian dan peserta, serta mencerminkan antusiasme dan semangat peserta dalam mengikuti setiap sesi. Video dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai rekaman kegiatan, tetapi juga diharapkan dapat menjadi alat promosi yang efektif untuk mendorong kegiatan pengabdian masyarakat di masa mendatang, serta menginspirasi lebih banyak pelaku UMKM untuk berpartisipasi dan mengadopsi teknologi AI dalam bisnis mereka. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan UMKM yang lebih berkelanjutan dan inovatif di era digital.



Gambar 4. Berniat menggunakan AI

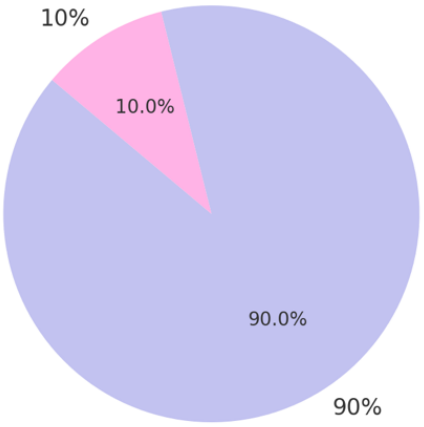
Luaran dari pengabdian ini termasuk jurnal pengabdian kepada masyarakat, laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dan video film tentang pelaksanaan kegiatan Edukasi

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

Pemanfaatan AI Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Di Desa Bugangan. Luaran ini berfungsi sebagai tidak hanya dokumentasi, tetapi juga sebagai sumber evaluasi dan referensi untuk pengembangan program serupa di masa mendatang.

2. **Pembahasan Potensi dan Tantangan dalam Penerapan AI di Desa Bugangan**

Meskipun hasil penelitian menunjukkan bahwa ada potensi besar untuk menggunakan AI di kalangan UMKM di Desa Bugangan, ada beberapa masalah yang perlu diperhatikan untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang. Keterbatasan infrastruktur teknologi Desa Bugangan merupakan salah satu masalah utama. Banyak pelaku UMKM tidak memiliki akses yang cukup terhadap perangkat keras yang diperlukan untuk memaksimalkan manfaat aplikasi AI. Misalnya, beberapa peserta menyatakan bahwa mereka tidak memiliki komputer atau smartphone dengan spesifikasi yang cukup untuk menjalankan aplikasi AI dengan baik. Salah satu kendala lain dalam penggunaan teknologi ini adalah akses internet yang tidak stabil. Selain itu, pelatihan lanjutan sangat diperlukan. Meskipun kegiatan ini membuat peserta lebih memahami AI, banyak yang menyadari bahwa untuk benar-benar menggunakan AI dalam bisnis mereka, mereka membutuhkan pelatihan yang lebih spesifik dan teknis, terutama tentang bagaimana mengintegrasikan AI ke dalam proses bisnis sehari-hari. Tetapi umpan balik yang sangat baik dari 90% peserta tentang metode penyampaian materi menunjukkan bahwa pendidikan AI di tingkat UMKM sangat penting dan dihargai. Pendekatan interaktif yang digunakan, yang melibatkan percakapan langsung dan tanya jawab, membantu peserta mengatasi keraguan mereka dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan AI. Keberhasilan pendekatan ini menunjukkan bahwa program pendidikan yang berkelanjutan dapat menjadi kunci untuk mendorong adopsi AI di kalangan UMKM.



Gambar 5. Feedback peserta

UMKM di Desa Bugangan memiliki peluang besar untuk memanfaatkan manfaat AI dengan terus berlangsungnya program edukasi dan pendampingan yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan lokal. Implementasi AI tidak hanya akan meningkatkan daya saing dan efisiensi bisnis mereka, tetapi juga dapat mendorong transformasi digital yang berkelanjutan di desa. Pada akhirnya, AI dapat meningkatkan kesejahteraan desa.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Bugangan berhasil meningkatkan pemahaman peserta tentang AI; 85% dari mereka merasa lebih memahaminya, dan 70% berencana menggunakan AI dalam usaha mereka. Namun, ada beberapa tantangan untuk menerapkan AI, seperti keterbatasan perangkat dan akses internet, dan para peserta juga mengatakan bahwa mereka memerlukan pelatihan teknis yang lebih mendalam. Sembilan puluh persen peserta memilih pendekatan penyampaian interaktif, menunjukkan bahwa pendidikan berkelanjutan adalah kunci untuk mendorong transformasi digital dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi desa.

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan yang tulus kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, termasuk kepada para pihak yang telah memberikan dukungan finansial. Ucapan terima kasih khusus kami tujukan kepada ITSNU Pekalongan, LPPM ITSNU Pekalongan, Fakultas Sains dan Teknologi, Program Studi Teknologi Informasi, serta kepada tim dosen dan mahasiswa yang terlibat aktif dalam kegiatan ini. Tak lupa, kami juga mengapresiasi peran serta masyarakat Desa Bugangan, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah, yang telah mendukung dan berpartisipasi dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ahluwalia, L., Angelica, S., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). IMPLEMENTASI ARTIFICIAL INTELLEGENCE DAN APLIKASI DIGITAL MARKETING DALAM OPTIMALISASI POTENSI UMKM DESA HANURA, PESAWARAN. *COMMENT: Journal of Community Empowerment*, *3*(1), 32–40. https://doi.org/10.33365/comment.v3i1.292

Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). PERAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, *9*(1), 73–84. https://doi.org/10.53429/jdes.v9iNo.1.307

Amira, B., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Meningkatkan Efesiensi Dan Pengembangan Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Umkm). *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, *1*(4), 362–371.

An'ars, M. G., Hendrastuty, N., Damayanti, & Putra, A. D. (2023). Perancangan Teks Promosi UMKM Sikop Arrum Batik Menggunakan Program Berbasis AI ChatGPT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, *4*(1), 11–18. https://doi.org/10.23960/jpkmt.v4i1.109

Ariyani, M., Surahman, A., & Wantoro, A. (2023). Implementasi Metode Aida Dalam Pengembangan Website Sebagai Peningkatan Promosi Produk Makanan Umkm Puding Hayu. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, *4*(3), 250–261. https://doi.org/10.33365/jtsi.

Hartati, E., Aprizal, Y., & Yuniansyah, Y. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Untuk Promosi Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah di Kota Palembang. *SOROT : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(1), 59–63. https://doi.org/10.32699/sorot.v3i1.6548

Hasan, G., & De Utami, N. A. (2023). Implementasi Pengembangan Strategi Digital Marketing Pada Dapur Ai Implementation of Digital Marketing Strategy Development At Dapur Ai. *Pengabdian Kepada Masyarakat)*, *1*(6), 2022–2028.

Ikhwana, A., & Dianti, S. (2022). The Influence of Information Technology and SCM on Competitive Advantage to Improve MSMEs Performance. *International Journal of Computer and Information System (IJCIS)*, *3*(1), 6–11. https://doi.org/10.29040/ijcis.v3i1.54

Kar, S. (2023). Impact of Artificial Intelligence on Digital Marketing. *INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*, *07*(07), 625–631. https://doi.org/10.55041/IJSREM25001

Khasanah. (2023). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, *1*(1), 11–18. https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.2

Kusumawati, T. I. J., & Tju, T. E. E. (2021). Pendampingan Umkm Saat Pandemi Covid-19 Dengan Teknologi Informasi Berbasis Cms Wordpress Pada Alphonse Shoe Di Jakarta Selatan. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, *4*(3), 892. https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i3.5403

Ma, N. (2023). Analysis of the Impact of Artificial Intelligence on Digital Marketing. *Highlights in Business, Economics and Management*, *19*, 625–631. https://doi.org/10.54097/hbem.v19i.12097

Mali, A. V, & Rachmawati, R. (2022). The Utilization of E-Commerce in The SMEs Development to Support Smart Village in Turi District, Sleman Regency. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, *1039*(1), 012068. https://doi.org/10.1088/1755-1315/1039/1/012068

Pongtambing, Y. S., Pitrianti, S., Sadno, M., Admawati, H., & Sampetoding, E. (2023). Peran dan Peluang Kecerdasan Buatan dalam Proses Bisnis UMKM. *ININNAWA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarkat*, *1*(2), 201–206.

R, M., Fahdillah, Y., Kadar, M., Hassandi, I., & R, M. (2024). Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, *3*(1), 266–273. https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1552

Riyanto, S., & Mardiansjah, F. H. (2018). PENGEMBANGAN INDUSTRI PENGOLAHAN PERIKANAN DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI LOKAL. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK*, *14*(2), 107–118. https://doi.org/10.33658/jl.v14i2.113

Setiyanto, B., Widiantoro, C. W., Wahyuningsih, P., & Achyani, Y. E. (2021). Edukasi Pemanfaatan Aplikasi

Vol. 4, No. 2 - November 2024, Hal. 77-84
DOI: 10.59395/abdiformatika.v4i2.241

Marketplace Dalam Menunjang Kegiatan Pemasaran Pelaku UMKM Pada Rumah BUMN Purbalingga. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, *5*(1), 1–9. https://doi.org/10.35335/abdimas.v5i1.1854

Sobron, M., & Lubis. (2021). Implementasi Artificial Intelligence Pada System Manufaktur Terpadu. *Seminar Nasional Teknik (SEMNASTEK) UISU*, *4*(1), 1–7. https://jurnal.uisu.ac.id/index.php/semnastek/article/view/4134

Sofyan Hadinata. (2023). Utilization of Digital Marketing in the Development of MSMEs in the Era of Digital Technology. *Interkoneksi: Journal of Computer Science and Digital Business*, *1*(1), 36–44. https://doi.org/10.61166/interkoneksi.v1i1.5

Sya'banniah, N. Y., Gemina, D., Setiawan, A. B., Septiani, I. N., & Sukamto, M. F. (2024). Empowering MSME Through Digital Marketing and Product Branding in Tugu Selatan Village, Cisarua, Bogor. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Formosa*, *2*(6), 431–442. https://doi.org/10.55927/jpmf.v2i6.7538

Verdiana, Y. Q., Fachir, Z. A., & A'dhom, M. G. (2023). The Growth Role of Artificial Intelligence (AI) in Strategy Management in UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Manajamen, Ekonomi, Keuangan Dan Bisnnis*, *2*(2), 201–210. https://doi.org/10.55927/snimekb.v2i2.6981