

Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM melalui Pengenalan dan Demonstrasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) di Desa Sumber Agung, Bandar Lampung

Febriansyah¹, Suhendro Yusuf Irianto², Agus Rahardi³, TM Zaini⁴, Dona Yuliawati⁵

^{1,2,3,4}Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya

Alamat Jl. Imam Bonjol No.486, Langkapura, Kec. Langkapura, Kota Bandar Lampung, Lampung,
e-mail : febriansyah@darmajaya.ac.id¹, agus.rahardi@darmajaya.ac.id², suhendro@darmajaya.ac.id³,
donayuliawati@darmajaya.ac.id⁴, tmzaini@darmajaya.ac.id⁵

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting local economic growth. However, many MSME owners still have limited knowledge of utilizing Artificial Intelligence (AI) to support business promotion. This community service activity aimed to enhance the capacity of MSME owners through the introduction and demonstration of AI applications for promotional purposes in Sumber Agung Village, Bandar Lampung. The program was implemented through several stages, including preparation, socialization, AI application demonstrations, interactive discussions, and evaluation based on participant observation and feedback. The training introduced the basic concepts of AI and demonstrated its practical use in generating promotional ideas, creating marketing captions, developing product descriptions, and producing digital promotional content. The activity received positive responses from participants, who actively engaged in discussions and demonstrated an improved understanding of AI utilization for business promotion. This program is expected to encourage MSME owners to adopt AI-based digital tools to improve the effectiveness and efficiency of product promotion, thereby strengthening their competitiveness in the digital era.

Keywords: Artificial Intelligence, MSMEs, digital promotion, community service, digital transformation.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung promosi usaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pengenalan dan demonstrasi pemanfaatan AI untuk mendukung kegiatan promosi di Desa Sumber Agung, Bandar Lampung. Metode pelaksanaan meliputi tahap persiapan, sosialisasi, demonstrasi penggunaan aplikasi AI, diskusi interaktif, serta evaluasi melalui observasi dan umpan balik peserta. Materi yang diberikan mencakup pengenalan konsep dasar AI serta demonstrasi pemanfaatannya dalam menghasilkan ide promosi, menyusun caption pemasaran, membuat deskripsi produk, dan mengembangkan konten promosi digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengikuti kegiatan dengan antusias, aktif dalam sesi diskusi, serta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan AI sebagai pendukung promosi usaha. Kegiatan ini diharapkan dapat mendorong pemanfaatan teknologi AI oleh pelaku UMKM sehingga mampu meningkatkan efektivitas promosi produk dan daya saing usaha di era digital.

Kata kunci: Artificial Intelligence, UMKM, promosi digital, pengabdian kepada masyarakat, transformasi digital.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi daerah. Seiring berkembangnya ekonomi digital, pelaku UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap kompetitif. Perubahan perilaku konsumen

yang semakin bergantung pada media digital menjadikan kemampuan memanfaatkan teknologi informasi sebagai kebutuhan utama dalam mendukung keberlangsungan usaha (Tambunan, 2021).

Transformasi digital telah mengubah cara pelaku UMKM menjalankan aktivitas bisnis, terutama dalam aspek pemasaran. Promosi yang sebelumnya dilakukan secara konvensional kini bergeser menuju pemasaran digital yang mengandalkan media sosial, marketplace, dan berbagai platform digital lainnya. Transformasi tersebut tidak hanya memperluas jangkauan pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing usaha. Namun, keberhasilan transformasi digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan usahanya.

Salah satu inovasi teknologi yang berkembang pesat adalah Artificial Intelligence (AI). Kehadiran AI memberikan berbagai kemudahan bagi pelaku usaha, seperti menghasilkan ide promosi, menyusun caption pemasaran, membuat deskripsi produk, hingga membantu pembuatan konten visual secara lebih cepat dan efisien. Pemanfaatan AI tidak hanya mampu menghemat waktu dan biaya promosi, tetapi juga membantu pelaku UMKM menghasilkan strategi pemasaran yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Meskipun menawarkan berbagai manfaat, pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) di kalangan pelaku UMKM masih menghadapi berbagai tantangan. Keterbatasan literasi digital, kurangnya pemahaman mengenai fungsi aplikasi AI, serta minimnya pengalaman dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam aktivitas pemasaran menyebabkan sebagian besar pelaku UMKM belum memanfaatkan AI secara optimal. Padahal, berbagai aplikasi AI saat ini dapat diakses dengan mudah dan dimanfaatkan untuk meningkatkan efektivitas promosi produk tanpa memerlukan kemampuan teknis yang kompleks.

Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Desa Sumber Agung, Bandar Lampung. Berdasarkan hasil observasi awal dan koordinasi dengan mitra, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode promosi secara konvensional maupun media sosial sederhana, namun belum memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) sebagai alat pendukung dalam penyusunan konten promosi. Akibatnya, proses pembuatan materi promosi masih membutuhkan waktu yang relatif lama, sementara variasi konten yang

dihasilkan masih terbatas sehingga belum mampu mengoptimalkan jangkauan pemasaran digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan Peningkatan Kapasitas Pelaku UMKM melalui Pengenalan dan Demonstrasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) di Desa Sumber Agung, Bandar Lampung. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai konsep dasar AI sekaligus mendemonstrasikan pemanfaatannya dalam menghasilkan ide promosi, menyusun caption pemasaran, membuat deskripsi produk, serta mengembangkan konten promosi digital. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM memperoleh pengetahuan dan keterampilan dasar dalam memanfaatkan AI sehingga mampu meningkatkan efektivitas promosi serta mendukung daya saing usaha di era transformasi digital.

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan Participatory Action Research (PAR). Pendekatan ini dipilih karena menekankan keterlibatan aktif mitra dalam setiap tahapan kegiatan, mulai dari identifikasi permasalahan, perencanaan solusi, implementasi program, hingga evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan PAR dinilai efektif dalam kegiatan pengabdian karena mampu menghasilkan solusi yang sesuai dengan kebutuhan riil mitra serta mendorong keberlanjutan implementasi program setelah kegiatan pengabdian selesai dilaksanakan.

2.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Sumber Agung, Kota Bandar Lampung, Provinsi Lampung pada bulan November 2025. Desa Sumber Agung dipilih sebagai lokasi pengabdian karena memiliki potensi pengembangan UMKM yang cukup besar, baik pada sektor kuliner, produk olahan, maupun kerajinan, sehingga diperlukan peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi produk. Selain memiliki potensi UMKM, Desa Sumber Agung juga dikenal sebagai salah satu kawasan yang mengembangkan potensi ekonomi masyarakat dan desa wisata di Kota Bandar Lampung.

2.2 Profil Mitra Pengabdian

Mitra dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Desa Sumber Agung, Kota Bandar Lampung. Sebagian besar pelaku UMKM menjalankan usaha pada bidang kuliner, makanan olahan, kerajinan, serta produk rumah tangga yang dipasarkan secara langsung maupun melalui media sosial. Namun, pemanfaatan teknologi digital, khususnya Artificial Intelligence (AI), sebagai pendukung promosi usaha masih relatif terbatas. Sebagian besar pelaku UMKM masih membuat materi promosi secara manual sehingga proses penyusunan konten membutuhkan waktu lebih lama dan variasi konten promosi yang dihasilkan masih terbatas. Kondisi tersebut menjadi dasar pelaksanaan kegiatan pengabdian melalui pengenalan dan demonstrasi pemanfaatan AI untuk mendukung promosi digital UMKM.

2.3 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dan pemerintah Desa Sumber Agung mengenai pelaksanaan kegiatan. Selanjutnya dilakukan identifikasi kebutuhan mitra melalui observasi dan diskusi untuk mengetahui tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI). Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim menyusun materi sosialisasi, menyiapkan perangkat pendukung, serta menentukan aplikasi AI yang akan didemonstrasikan selama kegiatan.

b. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan diawali dengan penyampaian materi mengenai perkembangan Artificial Intelligence (AI), manfaat AI bagi pelaku UMKM, serta peluang penerapannya dalam kegiatan promosi digital. Setelah penyampaian materi, tim pengabdian melakukan demonstrasi penggunaan beberapa aplikasi AI untuk membantu peserta menghasilkan ide promosi, menyusun caption pemasaran, membuat deskripsi produk, serta menghasilkan konten promosi digital yang menarik. Selama demonstrasi berlangsung, peserta diberikan kesempatan untuk mencoba penggunaan aplikasi AI secara langsung dengan didampingi oleh tim pengabdian. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab

untuk memberikan solusi atas berbagai kendala yang dihadapi peserta dalam memanfaatkan AI sebagai pendukung promosi usaha.

c. Tahap Evaluasi

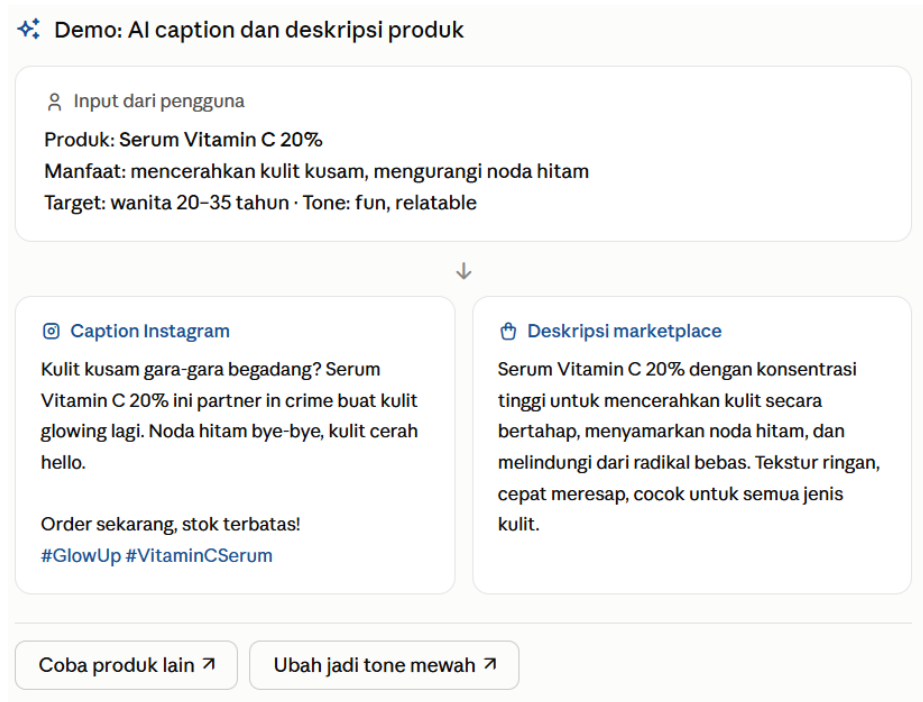
Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung serta umpan balik yang disampaikan pada akhir kegiatan. Aspek yang diamati meliputi partisipasi peserta, kemampuan memahami materi yang diberikan, serta respons peserta terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam mendukung promosi UMKM. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan refleksi untuk penyempurnaan kegiatan pengabdian pada pelaksanaan berikutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan

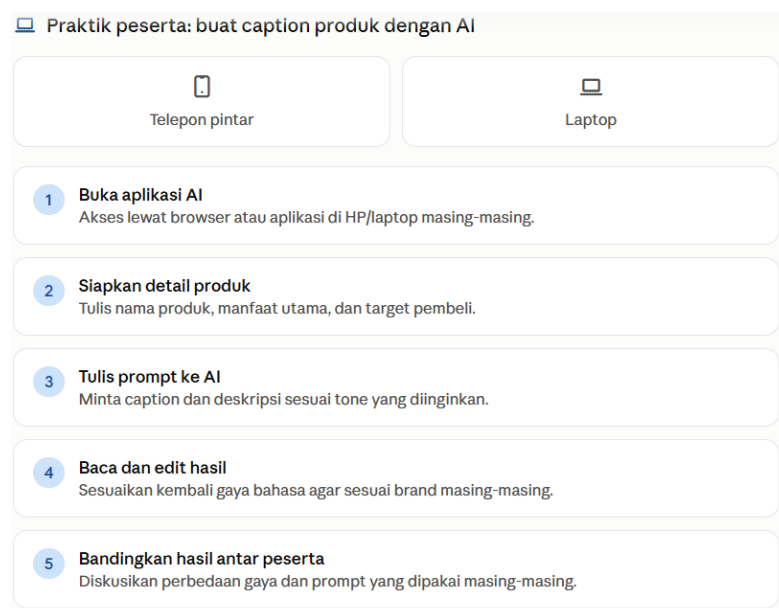
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan November 2025 di Desa Sumber Agung, Kota Bandar Lampung, dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai perkembangan Artificial Intelligence (AI), manfaat AI dalam dunia usaha, serta peluang penerapannya sebagai pendukung promosi produk.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan demonstrasi penggunaan beberapa aplikasi AI.



Gambar 1. Demonstrasi penggunaan aplikasi AI

Tim pengabdian memperagakan cara memanfaatkan AI untuk menghasilkan ide promosi, menyusun caption pemasaran, membuat deskripsi produk, serta menghasilkan konten promosi digital yang dapat digunakan pada berbagai media sosial. Peserta kemudian diberikan kesempatan untuk mencoba secara langsung penggunaan aplikasi AI menggunakan perangkat masing-masing dengan pendampingan dari tim pengabdian.



Gambar 2. Praktik penggunaan AI oleh peserta menggunakan telepon pintar/laptop

Lembar kerja Praktik

10 contoh lembar kerja yang telah diisi sebagai referensi

Mahasiswi — Serum Vitamin C 20%

Manfaat utama	Mencerahkan kulit kusam, menyamarkan noda hitam
Target pembeli	Wanita 20-35 tahun
Tone / gaya bahasa	Fun, relatable
Prompt yang ditulis ke AI	Buatkan caption Instagram dan deskripsi produk untuk serum Vitamin C 20%, manfaat mencerahkan kulit kusam dan mengurangi noda hitam, target wanita 20-35 tahun, tone fun dan relatable, sertakan emoji dan CTA.
Hasil caption Instagram	Kulit kusam gara-gara begadang terus? Serum Vitamin C 20% ini siap jadi partner in crime buat kulit glowing lagi. Noda hitam bye-bye, kulit cerah merona hello. Order sekarang, stok terbatas! #GlowUp #VitaminCSerum
Hasil deskripsi produk	Serum Vitamin C 20% dengan konsentrasi tinggi untuk mencerahkan kulit secara bertahap, menyamarkan noda hitam bekas jerawat, serta melindungi kulit dari radikal bebas. Tekstur ringan, cepat meresap, cocok untuk pemakaian pagi dan malam.

Buk Isah — Kopi susu gula aren kemasan botol

Manfaat utama	Praktis diminum kapan saja, rasa manis pas, tanpa bahan pengawet
Target pembeli	Pekerja kantoran 22-30 tahun
Tone / gaya bahasa	Santai, akrab
Prompt yang ditulis ke AI	Buatkan caption Instagram dan deskripsi produk untuk kopi susu gula aren botol, praktis dan tanpa pengawet, target pekerja kantoran, tone santai dan akrab seperti ngobrol sama teman.
Hasil caption Instagram	Senin pagi tanpa kopi rasanya kurang lengkap. Kopi susu gula aren ini pas banget buat nemenin kerja, manisnya pas, gampang dibawa ke mana-mana. Stok di kuilask sekarang juga ya.
Hasil deskripsi produk	Kopi susu gula aren dalam kemasan botol praktis, dibuat dari biji kopi pilihan dan gula aren asli tanpa bahan pengawet. Cocok diminum langsung atau disimpan dingin di kuilask, pas untuk nemenani aktivitas harian.

Roni — Sepatu lari ringan

Manfaat utama	Ringan, empuk, cocok untuk lari jarak jauh
Target pembeli	Pelari pemula 18-40 tahun
Tone / gaya bahasa	Enerjik, memotivasi
Prompt yang ditulis ke AI	Buatkan caption Instagram dan deskripsi produk untuk sepatu lari ringan dengan bantalan empuk, target pelari pemula, tone energik dan memotivasi.
Hasil caption Instagram	Langkah pertama menuju target lari 5K dimulai dari sepatu yang tepat. Ringan di kaki, empuk di setiap pijakan, siap nemeni setiap kilometer perjalanannya. Yuk mulai lari hari ini!
Hasil deskripsi produk	Sepatu lari dengan bantalan empuk dan bahan ringan yang mengurangi tekanan pada kaki saat berlari jarak jauh. Sol anti-slip menjaga kestabilan di berbagai medan, nyaman digunakan pelari pemula maupun berpengalaman.

Jantiman — Tas ransel laptop anti air

Manfaat utama	Tahan air, banyak kompartemen, muat laptop 15 inci
Target pembeli	Mahasiswa dan pekerja muda
Tone / gaya bahasa	Praktis, meyakinkan
Prompt yang ditulis ke AI	Buatkan caption Instagram dan deskripsi produk untuk tas ransel laptop anti air, banyak kompartemen, muat laptop 15 inci, target mahasiswa dan pekerja muda, tone praktis dan meyakinkan.
Hasil caption Instagram	Hujan deras bukan alasan laptop basah lagi. Tas ransel ini anti air, muat laptop sampai 15 inci, dan punya banyak kompartemen buat semua kebutuhannya. Aktivitas padat, tas tetap rapi.
Hasil deskripsi produk	Tas ransel berbahan anti air dengan kompartemen laptop berlisir brass untuk muat perangkat hingga 15 inci. Dilengkapi beberapa kantong tambahan untuk menyimpan buku, charger, dan barang harian secara rapi dan aman.

Sarhenda — Madu hutan asli

Manfaat utama	Alami, tanpa campuran gula, baik untuk daya tahan tubuh
Target pembeli	Keluarga, usia 25-50 tahun
Tone / gaya bahasa	Hangat, terpercaya
Prompt yang ditulis ke AI	Buatkan caption Instagram dan deskripsi produk untuk madu hutan asli tanpa campuran gula, baik untuk daya tahan tubuh, target keluarga, tone hangat dan terpercaya.
Hasil caption Instagram	Menjaga kesehatan keluarga bisa dimulai dari hal sederhana seperti madu hutan asli setiap pagi. Tanpa campuran gula, rasanya murni dari alam. Sedia untuk si kecil sampai orang tua di rumah.
Hasil deskripsi produk	Madu hutan asli yang dipanen langsung dari sarang lebah liar tanpa campuran gula tambahan. Kaya akan nutrisi alami yang membantu menjaga daya tahan tubuh, cocok dikonsumsi rutin oleh seluruh anggota keluarga.

Bu Lilik — Camilan keripik singkong pedas

Manfaat utama	Renyah, level pedas bisa dipilih, tanpa pengawet
Target pembeli	Anak muda pecinta pedas
Tone / gaya bahasa	Heboh, seru
Prompt yang ditulis ke AI	Buatkan caption Instagram dan deskripsi produk untuk keripik singkong pedas dengan level pedas pilihan, target anak muda, tone heboh dan seru.
Hasil caption Instagram	Berani coba level pedas paling atas? Keripik singkong ini rasanya nagih, pedasnya bikin nagis tapi tetap nambah terus. Pilih levelmu dan buktikan sendiri!
Hasil deskripsi produk	Keripik singkong renyah dengan lima pilihan level kepedasan, dibuat tanpa bahan pengawet. Diolah dari singkong pilihan dengan bumbu pedas khas yang meresap sempurna di setiap gigitan.

Raudah dan Buk Lilik — Sabun cuci muka untuk kulit berjerawat

Manfaat utama	Membersihkan pori-pori, menontrol minyak, lembut di kulit
Target pembeli	Remaja dan dewasa muda dengan kulit berjerawat
Tone / gaya bahasa	Peduli, meyakinkan

Gambar 3. Hasil lembar kerja/worksheet praktik

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari keaktifan peserta dalam mengikuti demonstrasi, mengajukan pertanyaan, serta mencoba berbagai fitur AI yang diperkenalkan. Melalui sesi praktik, peserta memperoleh pengalaman baru mengenai pemanfaatan AI yang dapat membantu mempercepat penyusunan materi promosi sekaligus meningkatkan kreativitas dalam menyampaikan informasi produk kepada konsumen.

Secara umum, kegiatan berlangsung sesuai dengan rencana dan mendapat respons positif dari peserta. Berdasarkan observasi selama kegiatan dan umpan balik yang diberikan pada sesi diskusi, peserta menyatakan bahwa materi yang disampaikan mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan usaha yang dijalankan. Selain itu, peserta juga menunjukkan ketertarikan untuk mulai memanfaatkan AI sebagai salah satu alat bantu dalam kegiatan promosi usaha.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pengenalan dan demonstrasi pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dapat menjadi langkah awal dalam meningkatkan literasi digital

pelaku UMKM. Selama ini, sebagian besar peserta masih memanfaatkan metode promosi secara konvensional atau menggunakan media sosial tanpa dukungan teknologi AI. Kondisi tersebut menyebabkan proses penyusunan konten promosi membutuhkan waktu lebih lama dan sering kali menghasilkan materi promosi yang kurang bervariasi.

Melalui kegiatan ini, peserta diperkenalkan pada berbagai aplikasi AI yang mampu membantu menghasilkan ide pemasaran, menyusun caption, membuat deskripsi produk, hingga menghasilkan konten promosi digital secara lebih cepat. Kemudahan penggunaan aplikasi AI memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan efisiensi kerja tanpa memerlukan kemampuan teknis yang kompleks. Dengan demikian, AI tidak hanya berfungsi sebagai inovasi teknologi, tetapi juga sebagai alat yang dapat mendukung produktivitas dan efektivitas promosi usaha.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan penelitian Bonar (2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan Artificial Intelligence mampu mendukung strategi pemasaran UMKM melalui pembuatan konten yang lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan pasar digital. Selain itu, Sakinah dkk. (2026) menjelaskan bahwa penerapan AI pada UMKM berpotensi meningkatkan daya saing usaha melalui percepatan transformasi digital dan penguatan kapasitas pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan karena dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi dan demonstrasi pada satu kali pertemuan sehingga belum dapat mengevaluasi tingkat penerapan AI oleh peserta dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan berupa pelatihan intensif maupun pendampingan berkelanjutan diperlukan agar pelaku UMKM semakin terampil memanfaatkan AI dalam kegiatan promosi dan pengembangan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Desa Sumber Agung, Kota Bandar Lampung, berhasil memperkenalkan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) kepada pelaku UMKM sebagai salah satu teknologi yang dapat mendukung kegiatan promosi usaha. Melalui penyampaian materi, demonstrasi penggunaan aplikasi AI, serta sesi diskusi interaktif, peserta memperoleh pemahaman mengenai pemanfaatan AI untuk

menghasilkan ide promosi, menyusun caption pemasaran, membuat deskripsi produk, dan mengembangkan konten promosi digital. Kegiatan ini juga memperoleh respons yang positif dari peserta, yang ditunjukkan melalui partisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan. Oleh karena itu, pengenalan dan demonstrasi pemanfaatan AI diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong transformasi digital UMKM sehingga mampu meningkatkan efektivitas promosi dan daya saing usaha di era digital.

Saran

1. Bagi Pelaku UMKM, diharapkan dapat mulai memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) secara bertahap sebagai alat bantu dalam kegiatan promosi digital, seperti pembuatan ide konten, caption pemasaran, deskripsi produk, dan materi promosi lainnya. Penerapan AI secara berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan efektivitas promosi serta memperluas jangkauan pemasaran produk.
2. Bagi Pemerintah Desa Sumber Agung, diharapkan dapat terus mendukung peningkatan kapasitas pelaku UMKM melalui penyelenggaraan pelatihan, workshop, maupun kerja sama dengan perguruan tinggi dan instansi terkait dalam bidang transformasi digital sehingga pelaku UMKM dapat mengikuti perkembangan teknologi secara berkelanjutan.
3. Bagi Perguruan Tinggi dan Tim Pengabdian, diharapkan dapat melaksanakan program lanjutan berupa pelatihan yang lebih mendalam dan pendampingan berkelanjutan mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence (AI), tidak hanya untuk promosi digital tetapi juga untuk pengelolaan usaha, pelayanan pelanggan, dan administrasi bisnis.
4. Bagi Kegiatan Pengabdian Selanjutnya, disarankan untuk melakukan evaluasi yang lebih komprehensif, misalnya melalui pretest dan posttest atau pemantauan implementasi AI setelah kegiatan selesai, sehingga dampak program terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM dapat diukur secara lebih objektif.

DAFTAR PUSTAKA

Amaliah, K., Suryani, N., & Prasetyo, A. (2025). Peningkatan daya saing UMKM binaan melalui pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI). *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 4(2), 115–123.

- Bonar, B. P. W. L. (2025). Dampak pemanfaatan Artificial Intelligence pada strategi pemasaran UMKM di era digital. *Indonesia Economic Journal*, 2(1), 45–56.
- Julianti, A. Z., & Siregar, H. (2026). Technopreneurship dan transformasi digital UMKM: Tinjauan sistematis tentang penerapan Artificial Intelligence dalam pengambilan keputusan bisnis. *Infomatek*, 28(1), 35–49.
- Sakinah, L., Rahmawati, D., & Prabowo, A. (2026). Transformasi digital dan kecerdasan buatan dalam penguatan keberlanjutan usaha UMKM di Indonesia: Kajian literatur sistematis 2021–2026. *Jurnal Bisnis Inovatif dan Digital*, 3(1), 12–27.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, kendala, dan tantangan*. Prenada Media.
- Tamyiz, U. M. H., Munir, M., & Furqon, C. (2025). Literasi digital di UMKM: Tinjauan sistematis dan pengembangan kerangka teoretis menggunakan metode PRISMA. *Jurnal Algoritma*, 22(1), 88–101.