

# PEMANFAATAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) UNTUK PEMASARAN DAN KONTEN PADA UMKM BINAAN DESA PUNGGUR BESAR

Deni Risdiansyah<sup>a,1</sup>, Lady Agustin Fitriana<sup>a,2</sup>, Muhammad Rezki<sup>a,3\*</sup>, Ni Nyoman Cory Villdina<sup>a,4</sup>,  
Octa Christyo<sup>a,5</sup>, Septyana Rahma Dinta<sup>a,6</sup>

<sup>a</sup> Universitas Bina Sarana Informatika PSDKU Kota Pontianak, Jl. Abdul Rahman Saleh No.18, Kota Pontianak, 78124, Indonesia

<sup>1</sup> deni.drx@bsi.ac.id; <sup>2</sup> lady.lag@bsi.ac.id; <sup>3</sup> muhammad.mdk@bsi.ac.id; <sup>3</sup> muhammad.mdk@bsi.ac.id;  
<sup>4</sup> 19231556@bsi.ac.id; <sup>5</sup> 19231528@bsi.ac.id; <sup>6</sup> 19230407@bsi.ac.id

\*corresponding author

INFORMASI ARTIKEL (10pt)	ABSTRAK (10PT)
Diterima : 5 November 2025 Direvisi : 18 Desember 2025 Diterbitkan : 31 Desember 2025	Pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) menjadi salah satu strategi penting dalam mendukung transformasi digital UMKM di era modern. UMKM binaan Desa Punggur Besar memiliki potensi produk lokal yang besar, khususnya pada sektor produk olahan, namun masih menghadapi berbagai kendala dalam pemasaran dan pengelolaan konten digital. Rendahnya literasi digital, keterampilan praktis AI, serta ketergantungan pada metode pemasaran konvensional menjadi permasalahan utama yang menghambat daya saing UMKM. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan AI untuk pemasaran dan pembuatan konten digital. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan terstruktur melalui modul pengenalan AI, desain konten dengan Canva AI, penulisan promosi menggunakan ChatGPT, serta optimalisasi media sosial. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan kemampuan pemasaran digital, inovasi konten, dan daya saing UMKM secara berkelanjutan.
<b>Kata Kunci:</b> Pemerintahan Desa Artificial Intelligence UMKM Desa Punggur	

## I. Pendahuluan

### A. Analisis Situasi

Data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI (2024) menunjukkan bahwasannya dari 64,2 juta unit UMKM yang ada di Indonesia, hanya sekitar 19,5% yang telah memanfaatkan platform digital dalam pengembangan bisnisnya[1]. Desa Punggur Besar merupakan salah satu desa binaan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM di Desa Punggur Besar terdiri dari 10 kelompok usaha dengan beragam jenis bidang, yang sebagian besar bergerak pada sektor produk olahan, seperti camilan dan makanan kemasan. Meskipun UMKM memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, mereka juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan bisnisnya. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi finansial, teknologi, maupun sumber daya manusia[2]. Desa ini memiliki potensi produk lokal yang cukup besar, namun UMKM di desa tersebut menghadapi berbagai kendala terutama dalam aspek pemasaran dan pengelolaan konten digital. Berikut adalah analisis situasi yang menggambarkan permasalahan utama yang mendasari perlunya pemanfaatan AI dalam pemasaran dan konten bagi UMKM di Desa Punggur Besar:

#### 1. Keterbatasan Pemahaman dan Akses Teknologi AI

Proses pemasaran produk yang dilakukan oleh pelaku Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) saat ini harus mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan teknologi pemasaran kearah digitalisasi menuntut pelaku UMKM untuk mengikutinya, sehingga perkembangan bisnis senantiasa berkembang [3]. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Punggur Besar belum memiliki pemahaman yang memadai mengenai teknologi AI dan potensinya dalam pemasaran digital. Mereka juga belum banyak yang mengakses atau menggunakan alat-alat AI untuk meningkatkan pemasaran dan pembuatan konten. Kondisi ini menghambat kemampuan mereka dalam bersaing di pasar digital yang semakin kompetitif. Menurut Nugroho et al. (2021), rendahnya literasi digital, khususnya terkait AI, menjadi salah satu hambatan utama dalam transformasi digital UMKM di daerah pedesaan [4]. Artificial Intelligence (AI) akan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari setiap entitas komersial di seluruh dunia dalam jangka panjang[5].

## 2. Rendahnya Keterampilan Digital Pelaku UMKM

Walaupun beberapa pelaku usaha mulai mengenal teknologi digital, keterampilan praktis yang relevan dengan pemanfaatan AI seperti penggunaan chatbot, analisis data pelanggan, dan pembuatan konten otomatis masih sangat minim. Hal ini menyebabkan potensi besar dari teknologi digital tidak dapat dimanfaatkan secara maksimal. Fitriani dan Pratama (2022) menyebutkan bahwa pelatihan yang terstruktur dan fokus pada teknologi AI dapat meningkatkan kemampuan pemasaran UMKM secara signifikan [6].

## 3. Ketergantungan pada Metode Pemasaran Tradisional

Mayoritas UMKM di Desa Punggur Besar masih menggunakan metode pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut. Hal ini membatasi jangkauan pasar mereka dan menurunkan potensi penjualan, khususnya di era digital di mana pemasaran online menjadi sangat krusial. Penelitian Maulana & Dewi (2023) menegaskan bahwa metode pemasaran berbasis AI memungkinkan peningkatan efisiensi dan jangkauan pasar yang lebih luas bagi UMKM [7] pemuda yang memiliki minat di bidang IT, sering kali keterampilan yang mereka miliki masih bersifat teoretis dan kurang aplikatif. Pendidikan formal di sekolah mungkin belum cukup memberikan pelatihan yang praktis dan sesuai dengan kebutuhan industri. Studi oleh Wijaya dan Setiawan (2021) menunjukkan bahwa pelatihan singkat dan terstruktur dapat meningkatkan kemampuan IT secara signifikan di kalangan pemuda. Ini menegaskan perlunya program pelatihan yang berfokus pada keterampilan praktis yang relevan dengan dunia kerja. Transformasi digital melibatkan pemanfaatan teknologi seperti komputasi awan (cloud computing), analisis data besar (big data analytics), Internet of Things (IoT), dan kecerdasan buatan (artificial intelligence) guna merombak cara organisasi beroperasi dan berinteraksi dengan pelanggan, serta meningkatkan efektivitas mereka di tengah perkembangan era digital. Proses ini juga mencakup penyesuaian dan perubahan dalam alur bisnis untuk mendukung adopsi teknologi baru dan mempercepat laju inovasi [8].

## 4. Kurangnya Pendampingan dan Pelatihan Terarah

Belum tersedianya program pelatihan dan pendampingan khusus mengenai pemanfaatan AI di bidang pemasaran dan pembuatan konten bagi UMKM menyebabkan kurang optimalnya implementasi teknologi ini. Dukungan dan bimbingan dari pihak eksternal sangat dibutuhkan agar UMKM dapat memahami dan mempraktikkan teknologi AI secara tepat. Maulana & Dewi (2023) menyatakan bahwa keterlibatan perguruan tinggi dan lembaga pengabdian masyarakat dapat mempercepat adopsi teknologi digital pada UMKM [9]. Dukungan Lingkungan dan Fasilitas:

## 5. Kebutuhan akan Peningkatan Daya Saing dan Inovasi

Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, UMKM di Desa Punggur Besar membutuhkan inovasi dalam pemasaran dan konten yang dapat menarik pelanggan dengan cara yang lebih efektif dan efisien. Penggunaan AI dalam pembuatan konten yang personalisasi dan interaktif diyakini dapat meningkatkan engagement dan loyalitas pelanggan [10]. Kecerdasan buatan (AI) adalah salah satu inovasi yang semakin populer di sektor UMKM. AI memungkinkan peningkatan layanan pelanggan, otomatisasi operasi bisnis, dan optimalisasi strategi pemasaran berbasis data [11].

## 6. Potensi Pengembangan Ekonomi Lokal melalui Digitalisasi

Pemanfaatan AI bukan hanya meningkatkan kemampuan pemasaran, tetapi juga dapat membuka peluang usaha baru berbasis digital, seperti penjualan online, pengelolaan data pelanggan, hingga pemasaran otomatis. Hal ini dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat desa secara keseluruhan [12]. Penggunaan AI juga dapat memberikan personalisasi dan rekomendasi, mengotomatisasi layanan pelanggan, memprediksi tren dan perilaku konsumen juga mengoptimalkan iklan dan konten pemasaran [13]. Perkembangan teknologi AI telah memungkinkan bisnis untuk menganalisis data besar dengan cepat dan akurat, mengotomatisasi proses operasional, dan meningkatkan pengalaman pelanggan [14].

Dengan situasi di atas, program pelatihan dan pendampingan pemanfaatan AI untuk pemasaran dan konten pada UMKM binaan Desa Punggur Besar menjadi sangat relevan dan mendesak untuk meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usaha mereka di era digital. Penerapan digital marketing berbasis AI tidak hanya akan meningkatkan efektivitas pemasaran UMKM, tetapi juga memberikan mereka keunggulan kompetitif di pasar global [15].

### B. Permasalahan Mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM binaan Desa Punggur Besar berkaitan dengan rendahnya pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam aktivitas pemasaran dan pembuatan konten. Namun, terdapat beberapa permasalahan utama yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Keterbatasan Pengetahuan tentang AI dan Pemasaran Digital
2. Kurangnya Keterampilan Praktis dalam Penggunaan AI
3. Ketergantungan pada Metode Pemasaran Konvensional
4. Minimnya Pelatihan dan Pendampingan yang Terfokus pada AI
5. Keterbatasan Infrastruktur dan Perangkat Digital
6. Rendahnya Motivasi dan Kesadaran akan Potensi AI
7. Keterbatasan Sumber Daya Manusia yang Kompeten

Dengan identifikasi masalah di atas, jelas bahwa UMKM binaan Desa Punggur Besar memerlukan program pelatihan dan pendampingan yang dapat meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta motivasi untuk mengadopsi teknologi AI dalam pemasaran dan pembuatan konten. Program ini juga harus didukung dengan penyediaan infrastruktur dan sumber daya yang memadai agar implementasi teknologi dapat berjalan efektif dan berkelanjutan.

### C. Solusi yang Ditawarkan

Dari permasalahan tersebut maka dapat kita rangkum kebutuhan UMKM di Desa Punggur Besar dengan melakukan pelatihan dengan materi yang dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Materi Pelatihan

Durasi	Media	Modul	Outcome
3 Jam	Presentasi interaktif, Video studi kasus, Diskusi kelompok	Modul 1: Paradigma Digital & Pengenalan AI <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pentingnya pemasaran digital.</li> <li>• Pengenalan AI secara sederhana.</li> <li>• Manfaat AI untuk bisnis UMKM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peserta memahami urgensi beralih ke pemasaran digital.</li> <li>• Berubahnya mindset dari "AI itu sulit" menjadi "AI bisa membantu saya".</li> <li>• Peserta termotivasi mengikuti seluruh rangkaian program.</li> </ul>
4 Jam	Workshop praktis, Demo langsung (proyektor), Latihan di laptop/HP, Lembar panduan cetak	Modul 2: Desain Konten Profesional dengan Canva AI <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dasar-dasar desain visual.</li> <li>• Membuat logo &amp; poster produk.</li> <li>• Pemanfaatan fitur AI di Canva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peserta mampu membuat minimal 1 desain poster promosi produknya secara mandiri.</li> <li>• Peserta memiliki templat desain yang siap pakai untuk media sosialnya.</li> </ul>
3 Jam	Demo langsung, Latihan interaktif, Studi kasus (copywriting yang baik & buruk)	Modul 3: Menulis Kalimat Promosi (Copywriting) dengan ChatGPT <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknik penulisan yang menjual (AIDA).</li> <li>• Praktik membuat caption &amp; deskripsi produk dengan ChatGPT.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peserta mampu menyusun kalimat promosi yang lebih menarik dan persuasif.</li> <li>• Peserta bisa menggunakan ChatGPT untuk mengatasi kendala dalam penulisan.</li> </ul>
3 Jam	Presentasi, Walkthrough platform (Instagram & Facebook), Template kalender konten	Modul 4: Strategi & Optimalisasi Media Sosial <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat/memperbaiki profil bisnis.</li> <li>• Merencanakan jadwal posting.</li> <li>• Membaca insight sederhana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Peserta memiliki profil media sosial bisnis yang lebih profesional.</li> <li>• Peserta memahami cara membuat jadwal konten yang terstruktur.</li> </ul>

Dengan menerapkan solusi-solusi di atas secara terintegrasi dan berkelanjutan, UMKM binaan Desa Punggur Besar diharapkan mampu memanfaatkan teknologi AI dalam pemasaran dan pembuatan konten, sehingga meningkatkan daya saing, efisiensi, dan pertumbuhan usaha mereka di era digital.

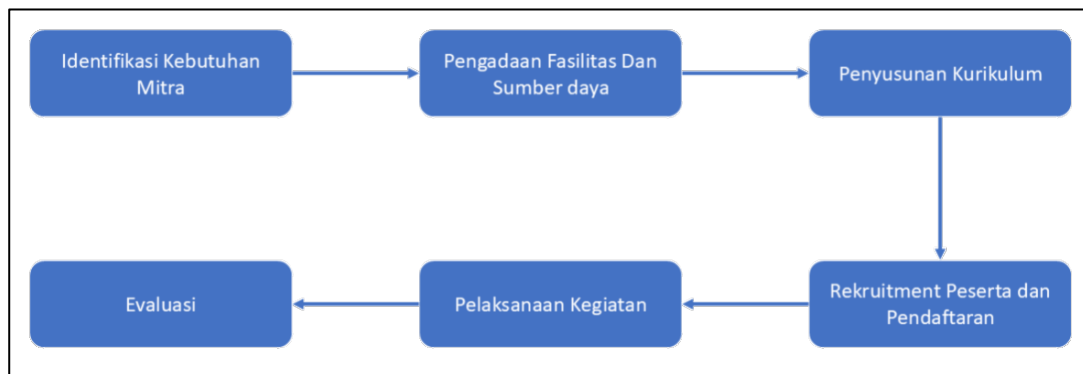
#### D. Target Luaran

Target pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM binaan Desa Punggur Besar. Kegiatan ini mengungsup tema tentang “Pemanfaatan Artificial Intelligence (Ai) Untuk Pemasaran Dan Konten Pada Umkm Binaan Desa Punggur Besar”. Sedangkan luaran yang ditargetkan sebagai berikut :

1. Modul materi pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan mitra melalui pelatihan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk pemasaran dan pembuatan konten promosi.
2. Mendaftarkan modul materi yang dibuat kedalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

## II. Pelaksanaan dan Metode

Terdapat enam tahap utama yang dilakukan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini seperti ditampilkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Alur Metode Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Berdasarkan alur metode kegiatan yang disajikan pada Gambar 1, metode pengabdian masyarakat dalam kegiatan ini dapat dijelaskan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan Mitra
2. Pengadaan Fasilitas Dan Sumber daya
3. Penyusunan Kurikulum
4. Rekrutment Peserta dan Pendaftaran
5. Pelaksanaan Kegiatan
6. Evaluasi

## III. Hasil dan Pembahasan

### A. Identifikasi Kebutuhan Mitra

Pada tanggal 14 Juni 2025, telah dilaksanakan pertemuan dalam rangka melaksanakan tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu tahap identifikasi kebutuhan mitra. Pertemuan ini merupakan bagian dari rangkaian kegiatan yang bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kemampuan masyarakat, khususnya kepada UMKM binaan desa Punggur Besar. Diskusi dilaksanakan di kantor desa yang diwakili oleh Bapak Anwar selaku Kepala Desa Punggur Besar.

Hasil dari pertemuan ini sangat positif dan berhasil mengidentifikasi beberapa kebutuhan utama mitra, yaitu para pelaku UMKM yang dibawah binaan Pemerintahan Desa Punggur Besar. Informasi yang didapat dari Kepala Desa Punggur Besar mengungkapkan bahwa mereka membutuhkan peningkatan keterampilan dalam bidang teknologi informasi untuk mendukung proses dalam membuat konten produk dan pemasaran digital yang lebih efektif dan modern.

Dengan teridentifikasinya kebutuhan tersebut, tim pengabdian masyarakat memiliki arah yang jelas dalam menyusun program pelatihan yang relevan dan tepat sasaran. Pada 23 Juni 2025, tim melaksanakan diskusi lanjutan bersama mitra, yaitu Bapak Anwar selaku Kepala Desa Punggur Besar, untuk mendalami hasil identifikasi kebutuhan UMKM. Pelatihan ini diharapkan dapat memberdayakan pelaku UMKM binaan Desa Punggur Besar dalam meningkatkan kualitas promosi serta kemampuan adaptasi teknologi, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Foto Pertemuan Pembahasan terkait Identifikasi Masalah pada Mitra

### *B. Pengadaan Fasilitas Dan Sumber Daya*

Berdasarkan hasil survei pada tanggal 28 Juni 2025, akhirnya diputuskan bahwa peserta pelatihan adalah pelaku UMKM binaan Pemerintahan Desa Punggur Besar. Para pelaku UMKM ini dianggap sebagai pihak yang paling membutuhkan peningkatan keterampilan dalam bidang Artificial Intelligence untuk mendukung kegiatan promosi dari produk yang mereka miliki.

Selain itu, untuk menjamin kualitas pelatihan, pengajar dalam pelatihan ini akan diisi oleh dosen-dosen berpengalaman dari Universitas BSI. Para dosen tersebut memiliki keahlian dalam pemanfaatan Artificial Intelligence yang merupakan kebutuhan utama yang telah diidentifikasi dari mitra pengabdian.

Adapun untuk lokasi pelatihan, setelah mempertimbangkan berbagai aspek dari hasil survei, dipilihlah ruangan administrasi yang merangkap sebagai Aula serbaguna sebagai tempat pelaksanaan pelatihan. Beberapa alasan utama yang mendasari keputusan ini adalah kondisi ruangan yang cukup luas, ketersediaan pendingin ruangan, pencahayaan yang cukup baik serta ketersediaan listrik dan fasilitas pendukung lainnya.

Aula serbaguna terbukti menjadi lokasi yang representatif dan strategis untuk pelatihan ini, memberikan kenyamanan dan kelancaran bagi semua peserta dan pengajar. Dengan dipilihnya lokasi ini, pelatihan diharapkan dapat terlaksana secara optimal, memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM dalam mengembangkan keterampilan mereka dalam pemanfaatan Artificial Intelligence.

### *C. Penyusunan Kurikulum*

Setelah keputusan lokasi dan peserta pelatihan ditetapkan, langkah berikutnya adalah penyusunan kurikulum pelatihan untuk memastikan materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra. Pada tanggal 10 Juli 2025, diadakan pertemuan anggota tim pengabdian masyarakat guna menyusun kurikulum pelatihan. Pertemuan ini dihadiri beberapa dosen, yaitu Deni Risdiyansyah, M.Kom, Lady Agustin Fitriana, M.Kom, dan Muhammad Rezki, M.Kom.

Dalam pertemuan ini yang dapat dilihat pada gambar 3, ketiga anggota tim secara bersama-sama merancang kurikulum yang akan digunakan dalam pelatihan mendatang. Tujuan dari penyusunan kurikulum ini adalah untuk memastikan bahwa seluruh materi yang disampaikan relevan, praktis, dan mudah dipahami oleh para peserta, khususnya para pelaku UMKM yang menjadi target pelatihan.

Adapun hasil dari pertemuan ini adalah tersusunnya kurikulum pelatihan yang mencakup tiga bidang utama sesuai dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi, yaitu:

- a. Menjelaskan Paradigma Digital & Pengenalan AI : Memberikan materi tentang Paradigma Digital & Pengenalan AI yang terdiri dari Pentingnya pemasaran digital, Pengenalan AI secara sederhana, serta Manfaat AI untuk bisnis UMKM.
- b. Membuat Konten Promosi Produk : Materi Workshop Desain Konten Profesional dengan Canva AI yang terdiri dari Dasar-dasar desain visual, Membuat logo & poster produk, serta Pemanfaatan fitur AI di Canva.
- c. Membuat Copywriting : Materi Menulis Kalimat Promosi dengan ChatGPT yang terdiri dari Teknik penulisan yang menjual, serta Praktik membuat caption & deskripsi produk dengan ChatGPT.
- d. Membuat Strategi & Optimalisasi Media Sosial : Materi terkait Strategi & Optimalisasi Media Sosial yang terdiri dari Membuat/memperbaiki profil bisnis, Merencanakan jadwal posting, serta Membaca insight sederhana.

Kurikulum pelatihan yang telah disusun akan diimplementasikan pada kegiatan yang dijadwalkan berlangsung pada bulan Agustus 2025. Pelatihan ini dirancang tidak hanya untuk memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga pengalaman praktik secara langsung, sehingga peserta mampu mengaplikasikan keterampilan yang diperoleh dalam mempromosikan produk UMKM mereka, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Penyusunan kurikulum pelatihan

#### *D. Rekrutment Peserta dan Pendaftaran*

Tahapan berikutnya dalam persiapan pelatihan Otomatisasi Konten dan Pemasaran menggunakan Artificial Intelligence adalah proses rekrutmen peserta dan pendaftaran. Namun, untuk pelatihan ini, tidak diperlukan lagi proses rekrutmen atau pembukaan pendaftaran secara umum. Hal ini dikarenakan peserta pelatihan telah ditentukan sebelumnya, yaitu pelaku UMKM Binaan Desa Punggur Besar.

Para pelaku UMKM ini telah dipilih secara khusus sebagai target utama pelatihan berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan mitra yang dilakukan pada tahap awal. Dengan demikian, tidak ada seleksi terbuka atau proses pendaftaran tambahan yang perlu dilakukan, karena para peserta sudah ditunjuk langsung oleh Pemerintahan Desa Punggur Besar.

#### *E. Pelaksanaan Kegiatan*

Selanjutnya adalah proses pelaksanaan pelatihan Otomatisasi Konten dan Pemasaran menggunakan Artificial Intelligence. Berdasarkan perencanaan dari 5 pertemuan setelah diskusi dan kesepakatan bersama peserta dan Pemerintahan Desa Punggur Besar maka kegiatan dilaksanakan hanya 3 pertemuan saja. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis pelaku UMKM dalam memanfaatkan AI dalam promosi produk. Berikut adalah rangkaian sesi yang dilaksanakan:

Durasi	Media	Modul
23 Agustus 2025	Menjelaskan Paradigma Digital & Pengenalan AI	Modul 1: Paradigma Digital & Pengenalan AI <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pentingnya pemasaran digital.</li> <li>• Pengenalan AI secara sederhana.</li> <li>• Manfaat AI untuk bisnis UMKM.</li> </ul>
23 Agustus 2025	Membuat Konten Promosi Produk	Modul 2: Desain Konten Profesional dengan Canva AI <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dasar-dasar desain visual.</li> <li>• Membuat logo &amp; poster produk.</li> <li>• Pemanfaatan fitur AI di Canva.</li> </ul>
13 September 2025	Membuat Copywriting	Modul 3: Menulis Kalimat Promosi (Copywriting) dengan ChatGPT <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teknik penulisan yang menjual (AIDA).</li> <li>• Praktik membuat caption &amp; deskripsi produk dengan ChatGPT.</li> </ul>
18 Oktober 2025	Membuat Strategi & Optimalisasi Media Sosial	Modul 4: Strategi & Optimalisasi Media Sosial <ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat/memperbaiki profil bisnis.</li> <li>• Merencanakan jadwal posting.</li> <li>• Membaca insight sederhana.</li> </ul>

Kegiatan ini diakhiri dengan diskusi dan evaluasi singkat, serta apresiasi kepada seluruh peserta dan tim pelaksana.

Adapun beberapa dokumentasi dari sesi pelatihan yaitu sebagai berikut :



Gambar 4. Dokumentasi Saat Kegiatan dan Foto Bersama

#### IV. Kesimpulan

Program pelatihan Otomatisasi Konten dan Pemasaran menggunakan Artificial Intelligence yang diselenggarakan oleh Universitas Bina Sarana Informatika kepada pelaku UMKM binaan Pemerintah Desa Punggur Besar berhasil memberikan manfaat nyata. Melalui pelatihan Artificial Intelligence, peserta memperoleh pengetahuan yang dapat langsung diterapkan dalam membuat konten, pemasaran serta pengelolaan media sosial. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan penjualan produk pada pelaku UMKM, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk keperluan sehari-hari. Selain itu, program ini memperkuat hubungan antara Universitas Bina Sarana Informatika kepada Pemerintah Desa Punggur Besar dan masyarakat, membuka peluang kerja sama berkelanjutan dalam bidang pengembangan keterampilan digital.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami ucapkan kepada mitra yang sudah berkenan untuk berkolaborasi dengan kegiatan ini yaitu Pemerintahan Desa Punggur Besar, Kubu Raya, Kalimantan Barat. Tak lupa kami ucapkan juga terima kasih kepada kampus kami tercinta yang sudah mendukung atas terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Pontianak.

### Daftar Pustaka

- [1] M. Hapiz *et al.*, “Analisis Kebijakan Pengembangan UMKM Digital di Indonesia: Tantangan dan Peluang,” *Madani J. Ilm. Multidisiplin*, vol. 3, no. 5, pp. 36–44, 2025, doi: 10.5281/zenodo.15538100.
- [2] D. Adi Wicaksono, H. Yulianto, F. Mintya Rahmawati, and E. Isti Faizah, “Peran Kecerdasan Buatan dalam Meningkatkan Efisiensi dan Efektivitas Strategi Pemasaran Omnichannel pada UMKM di Kota Semarang,” *J. Manaj. STIE Muhammadiyah Palopo*, vol. 10, no. 2, p. 345, 2024, doi: 10.35906/jurman.v10i2.2192.
- [3] R. P. Sari, S. R. Ramadhani, S. R. Henim, I. Muslim, and J. A. Kreshna, “Peningkatan Daya Jual Produk Olahan Lemon UMKM Rumah Lemon Pekanbaru Menggunakan Woocommerce,” *Ilmu Komput. untuk Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 73–78, 2023, doi: 10.33096/ilkomas.v3i2.1447.
- [4] S. Maihani *et al.*, “PERAN KECERDASAN BUATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DALAM INOVASI PEMASARAN,” *War. Dharmawangsa*, vol. 17, no. 4, pp. 1651–1661, 2023, doi: 10.46576/wdw.v17i4.3817.
- [5] A. Haleem, M. Javaid, M. Asim Qadri, R. Pratap Singh, and R. Suman, “Artificial intelligence (AI) applications for marketing: A literature-based study,” *Int. J. Intell. Networks*, vol. 3, no. September, pp. 119–132, 2022, doi: 10.1016/j.ijin.2022.08.005.
- [6] W. M. Arlena, “Strategi Hubungan Masyarakat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia Dalam Menyosialisasikan Program Kredit Usaha Rakyat Melalui Media Sosial,” *Avant Garde*, vol. 8, no. 1, p. 91, 2020, doi: 10.36080/ag.v8i1.1014.
- [7] A. N. Gunadi, A. Haikal M, and V. C. Mawardi, “PENGUNAAN AI TOOLS UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS SOSIAL MEDIA UMKM ARTREE,” *Pros. Konf. Nas. Pengabdi. Kpd. Masy. dan Corp. Soc. Responsib.*, vol. 6, pp. 1–8, 2023, doi: 10.37695/pkmsr.v6i0.1860.
- [8] W. Sholihah, “Tantangan Dan Peluang Transformasi Digital,” vol. 3, no. 7, 2025.
- [9] Elva Diana, “Rendahnya Literasi Digital Peserta Didik pada Materi HOTS Pembelajaran Project Kreatif Kewirausahaan,” *J. Penelit. Pendidik. Indones.*, vol. 1, no. 3, pp. 10–12, 2024, doi: 10.62017/jppi.v1i3.937.
- [10] I. Rachmayanti and M. A. Alatas, “Pemanfaatan AI sebagai Media Pembelajaran Digital dalam Foreign Language Development Program (FLDP) IAIN Madura,” *GHANCARAN J. Pendidik. Bhs. dan Sastra Indones.*, 2023, doi: 10.19105/ghancaran.vi.11752.
- [11] A. R. Harahap, C. Munthe, M. Fathir Hariri, and P. L. Siti, “Peran AI dalam UMKM: Bagaimana Kecerdasan Buatan Membantu UMKM Bertahan dan Berkembang di Era Digital,” *Ikraith-Ekonomika*, vol. Vol. 8 No., no. 1, pp. 409–419, 2025.
- [12] U. Prajogo, B. Bunyamin, S. Munfaqiroh, L. Lindananty, L. Andiani, and S. Sunarto, “Pelatihan Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Pembelajaran pada Guru Pondok Pesantren El Jasmineen,” *Community Reinf. Dev. J.*, vol. 3, no. 1, pp. 11–16, 2024, doi: 10.35584/reinforcementanddevelopmentjournal.v3i1.166.
- [13] Badie Uddin, A. Sulistyohati, N. R. Janah, J. Sudrajat, and A. Khaira, “Abdimas galuh,” *Abdimas Galuh*, vol. 6, no. 1, pp. 1–8, 2024.
- [14] A. Purnomo Sidi, A. Nizar Yogatama, W. D. Anjaningrum, J. Dura, and F. Cahyaningtyas, “Pemanfaatan AI Dalam Branding dan Pemasaran UMKM,” *JOMPA ABDI J. Pengabdi. Masy.*, vol. 3, no. 4, pp. 155–163, 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.jomparnd.com/index.php/jpabdi>
- [15] W. A. Nasution and D. S. W. Lubis, “Optimalisasi Digital Marketing Berbasis AI untuk UMKM : Menjawab Tantangan dan Peluang di Era 5 . 0,” *Senashtek 2025*, vol. 3, no. 1, pp. 1280–1284, 2025.