

---

## **Pemanfaatan *Artificial Intelligence* Dalam Pemasaran UMKM Melalui Program UMKM Go Digital Dusun Perigi Maram, Desa Saing Rambli**

**Dewi Lestari<sup>1</sup>, Bintoro Bagus Purmono<sup>2</sup>, Lili Wulandari<sup>3</sup>, Deby Rahma Sarita<sup>4</sup>,  
Oktavanthia Berlian Sonda<sup>5</sup>, Naila Vizar Ranaya<sup>6</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Tanjungpura

e-mail: <sup>1</sup>[dewilestaridewi242@gmail.com](mailto:dewilestaridewi242@gmail.com), <sup>2</sup>[bintorobagus@ekonomi.untan.ac.id](mailto:bintorobagus@ekonomi.untan.ac.id),

<sup>3</sup>[liliwulandari3107@gmail.com](mailto:liliwulandari3107@gmail.com), <sup>4</sup>[debyrahmasarita@gmail.com](mailto:debyrahmasarita@gmail.com), <sup>5</sup>[oktavanthiabs@gmail.com](mailto:oktavanthiabs@gmail.com),

<sup>6</sup>[nailaranaya5@gmail.com](mailto:nailaranaya5@gmail.com)

Corresponding author: [dewilestaridewi242@gmail.com](mailto:dewilestaridewi242@gmail.com)

---

### **ABSTRAK**

#### **Informasi Artikel:**

Terima: 20-08-2026

Revisi: 17-09-2026

Disetujui: 20-09-2026

Publish online: 30-09-2026

Pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran masih menjadi tantangan bagi sebagian pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM), terutama pada usaha yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Marketing*). Kondisi tersebut juga ditemukan pada pelaku UMKM di Dusun Perigi Maram, Desa Saing Rambli. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan kemampuan dasar kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai alat bantu pemasaran serta mengenalkan penggunaan teknologi digital yang diterapkan secara sederhana sesuai kebutuhan usaha. Program UMKM Go Digital dilaksanakan untuk mengenalkan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) sebagai alat bantu dalam kegiatan pemasaran. Kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, pengenalan, praktik langsung, dan pendampingan penggunaan ChatGPT dan Canva AI. Metode pelaksanaan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi masalah, persiapan materi sosialisasi AI, pengenalan ChatGPT dan Canva AI, praktik peserta, pendampingan, serta evaluasi hasil kegiatan. ChatGPT diperkenalkan untuk membantu peserta mencari ide promosi, menyusun deskripsi produk, dan membuat caption media sosial, sedangkan Canva AI digunakan untuk membuat poster dan materi promosi. Kegiatan dilaksanakan pada 9 Juli 2026 dan melibatkan pelaku UMKM Dusun Perigi Maram. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami fungsi dan manfaat AI dalam kegiatan pemasaran serta mampu mencoba menggunakan ChatGPT dan Canva AI untuk membuat materi promosi sesuai dengan jenis usaha masing-masing. Hasil tersebut dilihat melalui keterlibatan peserta selama proses praktik dan pendampingan serta kemampuan peserta dalam menghasilkan materi promosi sederhana. Kegiatan ini menjadi langkah awal dalam meningkatkan literasi digital pelaku UMKM dan mendorong pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam kegiatan pemasaran secara lebih sederhana dan praktis. Manfaat kegiatan ini adalah memberikan pengalaman awal kepada pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi AI untuk mendukung kegiatan promosi, sehingga peserta diharapkan dapat menerapkan dan mengembangkan pemanfaatan AI secara mandiri dalam kegiatan pemasaran usahanya.

---

**Kata Kunci:** UMKM, Artificial Intelligence, pemasaran digital, ChatGPT, Canva AI

**ABSTRACT**

*The use of digital technology in marketing activities remains a challenge for some Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), particularly businesses that still rely on word-of-mouth marketing. This condition was also found among MSME actors in Perigi Maram Hamlet, Saing Rambli Village. This activity aimed to provide MSME actors with basic knowledge and skills in utilizing Artificial Intelligence (AI) as a marketing support tool and to introduce digital technology that can be applied in a simple manner according to their business needs. The UMKM Go Digital program was conducted to introduce the use of Artificial Intelligence (AI) as a tool to support marketing activities. The activity was carried out through socialization, introduction, hands-on practice, and assistance in using ChatGPT and Canva AI. The implementation method consisted of several stages, including problem identification, material preparation, AI socialization, introduction to ChatGPT and Canva AI, participant practice, assistance, and evaluation. ChatGPT was introduced to help participants generate promotional ideas, prepare product descriptions, and create social media captions, while Canva AI was used to create posters and promotional materials. The activity was conducted on July 9, 2026, and involved MSME actors from Perigi Maram Hamlet. The results showed that participants began to understand the functions and benefits of AI in marketing activities and were able to try using ChatGPT and Canva AI to create promotional materials according to their respective business types. These results were observed through participant involvement during the practice and assistance sessions, as well as their ability to produce simple promotional materials. This activity serves as an initial step toward improving the digital literacy of MSME actors and encouraging the use of Artificial Intelligence (AI) in marketing activities in a simple and practical manner. The activity provides MSME actors with initial experience in using AI technology to support promotional activities, enabling them to further apply and develop the use of AI independently in their marketing activities.*

**Keywords:** MSMEs, Artificial Intelligence, digital marketing, ChatGPT, Canva AI

---

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Munthe et al., 2023). Agar mampu bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, UMKM perlu meningkatkan pengelolaan usaha dengan memperhatikan kondisi pasar, pelanggan, dan produk (Majid & Nur Faizah, 2023). Seiring dengan adanya perubahan dalam dunia usaha, maka pemanfaatan teknologi digital menjadi salah satu peluang bagi UMKM untuk mengembangkan usaha dan mendukung kegiatan pemasaran (Astuti et al., 2023). Pemanfaatan teknologi digital inilah yang akan menjadi salah satu upaya bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di era digital (Tanuwijaya et al., 2024).

Penerapan pemasaran digital berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran UMKM (Sudirjo *et al.*, 2023). Pemanfaatan media digital dapat membantu UMKM untuk mempromosikan produknya kepada target pasar yang lebih luas serta membangun komunikasi dengan konsumen (Lady *et al.*, 2023). Perkembangan teknologi digital juga menghadirkan kecerdasan buatan *Artificial Intelligence* (AI) yang dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media pendukung dalam pemasaran produk UMKM (Iqbal *et al.*, 2024). Pemanfaatan tersebut dapat dilakukan untuk membantu UMKM agar menemukan ide serta menghasilkan konten pemasaran yang menarik bagi konsumen (Muhardono *et al.*, 2024). Namun, pemanfaatan teknologi tersebut tetap membutuhkan pemahaman dan kemampuan yang memadai agar dapat digunakan secara optimal oleh pelaku UMKM.

Berdasarkan hasil identifikasi awal dan data yang diperoleh dari Dusun Perigi Maram, terdapat 27 pelaku UMKM dengan jenis usaha yang beragam sebagai sasaran kegiatan pengabdian. Dari jumlah tersebut, ada sebanyak 11 pelaku UMKM yang menghadiri kegiatan sosialisasi. Hasil pengamatan dan tanya jawab menunjukkan bahwa kemampuan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi digital masih beragam. Beberapa pelaku UMKM telah terbiasa menggunakan *Handphone*, sedangkan sebagian lainnya masih mengalami kesulitan dalam memanfaatkannya untuk mendukung kegiatan usaha. Dalam kegiatan pemasaran, sebagian pelaku UMKM belum memiliki media sosial, sementara sebagian lainnya masih memanfaatkan *WhatsApp Status* dan *Facebook* untuk mempromosikan produk. Selain itu, seluruh pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan sosialisasi belum pernah memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) untuk mendukung kegiatan pemasaran usahanya. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) sebagai pendukung kegiatan pemasaran.

Sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian ini memberikan pelatihan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI), khususnya ChatGPT dan Canva AI, untuk mendukung pemasaran dan transformasi digital UMKM di Dusun Perigi Maram. Pelatihan ini bertujuan membantu pelaku UMKM dalam membuat konten promosi, menyusun *caption*, serta menghasilkan desain pemasaran yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan usaha. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan dapat mengenal dan memanfaatkan AI sebagai salah satu alat pendukung dalam mengembangkan pemasaran secara digital.

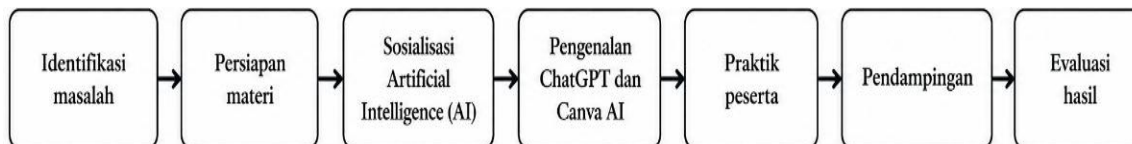
## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan UMKM Go Digital dilaksanakan di Dusun Perigi Maram, Desa Saing Rambli, Kecamatan Sambas, Kabupaten Sambas, Kalimantan Barat. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang berada di Dusun Perigi Maram. Kegiatan ini dilaksanakan oleh mahasiswa KKM-KKM Kelompok 35 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura.

Metode kegiatan menggunakan pendekatan sosialisasi dan pendampingan praktik. Pemilihan metode tersebut disesuaikan dengan kondisi pelaku UMKM yang masih

membutuhkan pengenalan mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI). Kegiatan ini tidak hanya dilakukan melalui penyampaian materi, tetapi juga dilanjutkan dengan contoh penggunaan dan praktik langsung agar peserta dapat mencoba teknologi yang diperkenalkan.

Tahap pelaksanaan kegiatan terdiri atas:



**Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

**1. Identifikasi Masalah**

Tahap awal dilakukan melalui observasi terhadap kondisi UMKM di Dusun Perigi Maram. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian pelaku UMKM masih menggunakan promosi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth Marketing*) dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Selain itu, pelaku usaha memiliki pengetahuan yang cukup mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam pemasaran. Kondisi tersebut kemudian menjadi dasar dalam menentukan materi kegiatan. Karena permasalahan utama berada pada pemahaman dan keterampilan penggunaan teknologi, kegiatan dirancang dalam bentuk sosialisasi yang dilanjutkan dengan praktik.

**2. Persiapan Kegiatan**

Pada tahap persiapan, mahasiswa menyiapkan materi mengenai *Artificial Intelligence* (AI) serta menentukan aplikasi yang akan diperkenalkan kepada peserta. ChatGPT dipilih untuk mendukung kegiatan yang berkaitan dengan ide dan teks promosi, sedangkan Canva AI digunakan untuk membantu pembuatan materi visual.

**3. Sosialisasi**

Sosialisasi dilaksanakan pada 9 Juli 2026 di Dusun Perigi Maram, Desa Saing Rambli. Kegiatan ini melibatkan Kepala Dusun Perigi Maram (Bapak Suhendri), anggota KKM-PKM Kelompok 35, dan pelaku UMKM setempat. Materi diawali dengan pengenalan mengenai *Artificial Intelligence* (AI) dan manfaatnya dalam dunia usaha. Setelah itu, mahasiswa menjelaskan penggunaan ChatGPT dan Canva AI dengan contoh yang disesuaikan dengan kebutuhan pemasaran UMKM.

**4. Pengenalan dan Praktik**

Pada sesi pengenalan, mahasiswa menunjukkan secara langsung cara menggunakan ChatGPT untuk mencari ide promosi, membuat deskripsi produk, dan menyusun caption media sosial. Selanjutnya, peserta diperkenalkan dengan Canva AI untuk membuat poster dan materi promosi yang lebih menarik. Peserta juga diberikan

contoh penggunaan kedua aplikasi tersebut sesuai dengan kebutuhan produk yang mereka miliki, sehingga mereka dapat lebih mudah memahami dan mencoba menerapkannya dalam kegiatan pemasaran.

Setelah sesi pengenalan selesai, peserta diberi kesempatan untuk mencoba menggunakan aplikasi tersebut. Mahasiswa memberikan arahan apabila peserta mengalami kesulitan selama proses praktik. Tahapan ini menjadi bagian penting karena peserta dapat langsung menghubungkan fungsi aplikasi dengan kebutuhan usaha masing-masing. Dengan praktik langsung, peserta juga dapat lebih terbiasa menggunakan AI untuk membantu kegiatan pemasaran UMKM.

#### 5. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan dilakukan selama peserta mencoba membuat materi promosi menggunakan aplikasi yang telah diperkenalkan. Mahasiswa membantu peserta apabila mengalami kesulitan dalam proses penggunaannya. Evaluasi dilakukan berdasarkan kemampuan peserta dalam mengikuti pengenalan, mencoba aplikasi, serta menghasilkan materi promosi sederhana sesuai dengan kebutuhan usaha.

Indikator keberhasilan yang digunakan meliputi:

**Tabel 1. Indikator Capaian**

| Indikator             | Target/Capaian                                                           |
|-----------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| Pemahaman mengenai AI | Peserta mengetahui fungsi dasar AI dalam pemasaran                       |
| Pemahaman ChatGPT     | Peserta dapat mencoba membuat ide promosi, deskripsi produk, dan caption |
| Penggunaan Canva AI   | Peserta dapat mencoba membuat materi visual promosi                      |
| Praktik Langsung      | Peserta mengikuti praktik dengan pendampingan mahasiswa                  |
| Hasil Kegiatan        | Meningkatnya pemahaman dan kemampuan awal dalam membuat materi promosi   |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Kondisi Awal Pelaku UMKM

Sebelum kegiatan dilaksanakan, pelaku UMKM di Dusun Perigi Maram masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital. Sebagian besar promosi usaha masih dilakukan melalui komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of*

*Mouth Marketing*). Selain itu, pemanfaatan Artificial Intelligence untuk mendukung pemasaran yang belum dilakukan oleh pelaku UMKM.

Kondisi tersebut menjadi salah satu alasan kegiatan UMKM Go Digital difokuskan pada pengenalan teknologi yang relatif mudah digunakan. Jika peserta langsung diberikan materi mengenai strategi digital yang terlalu luas, kemungkinan akan lebih sulit diterapkan. Karena itu, kegiatan dimulai dari teknologi yang dapat memberikan hasil secara langsung, yaitu ChatGPT untuk membantu membuat teks dan ide promosi serta Canva AI untuk membantu membuat materi visual.

Kondisi ini sejalan dengan masih terbatasnya pemanfaatan AI oleh UMKM di Indonesia. Meskipun teknologi AI terus berkembang dan semakin mudah diakses, masih terdapat pelaku UMKM yang belum mengetahui cara memanfaatkannya dalam mendukung kegiatan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa pengenalan dan pendampingan penggunaan AI masih diperlukan agar teknologi tersebut dapat dimanfaatkan secara lebih optimal dalam kegiatan pemasaran UMKM (Santosa & Surgawati, 2024).



**Gambar 2. Dokumentasi kegiatan awal bersama Kepala Dusun Perigi Maram untuk mengetahui kondisi pelaku UMKM sebelum pelaksanaan program kerja UMKM Go Digital**

## **2. Pelaksanaan Sosialisasi UMKM Go Digital**

Sosialisasi UMKM Go Digital dilaksanakan pada 9 Juli 2026. Kegiatan ini mencakup pengenalan ChatGPT dan Canva AI serta penerapannya dalam mendukung kegiatan usaha. Peserta diberikan penjelasan dan contoh penggunaan AI untuk membantu pemasaran, mulai dari mencari ide promosi hingga membuat materi promosi sederhana.

Pada awal kegiatan, peserta diberikan gambaran sederhana mengenai Artificial Intelligence (AI). Penjelasan tidak hanya berisi pengertian, tetapi juga contoh penggunaannya dalam kehidupan dan kegiatan usaha. Setelah peserta mendapatkan gambaran dasarnya, mahasiswa menunjukkan secara langsung contoh penggunaan ChatGPT dan Canva AI yang dapat dimanfaatkan untuk membantu kebutuhan pemasaran UMKM.

Cara penyampaian seperti ini dilakukan agar peserta tidak hanya mengetahui istilah AI, tetapi juga memahami kegunaannya secara langsung. Hal ini penting karena masih terdapat pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan teknologi. Dengan adanya penjelasan dan contoh secara langsung, peserta diharapkan lebih mudah memahami manfaat AI dan menggunakannya untuk mendukung kegiatan usaha.



**Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan program kerja UMKM Go Digital bersama pelaku UMKM Dusun Perigi Maram, Desa Saing Rambli**

### **3. Pemanfaatan ChatGPT untuk Membantu Pemasaran**

ChatGPT diperkenalkan sebagai alat bantu dalam membuat materi pemasaran. Dalam kegiatan ini, peserta diberikan contoh bagaimana ChatGPT dapat digunakan untuk menemukan ide promosi, menyusun deskripsi produk, dan membuat caption media sosial. Pengenalan dilakukan dengan contoh yang sederhana agar peserta lebih mudah memahami manfaat ChatGPT dalam kegiatan usaha.

Penggunaan ChatGPT dapat membantu pelaku usaha ketika mengalami kesulitan dalam menentukan kalimat promosi atau mencari ide konten. Peserta diberikan contoh dengan memasukkan informasi mengenai produk yang dijual, kemudian meminta beberapa alternatif ide promosi yang sesuai. Hasil yang diberikan oleh AI selanjutnya tetap perlu diperiksa dan disesuaikan oleh pemilik usaha agar informasi yang digunakan benar-benar sesuai dengan produk.

Pemanfaatan ChatGPT dalam kegiatan pemasaran juga sejalan dengan perkembangan penggunaan AI dalam digital marketing pada UMKM di Indonesia. Kehadiran teknologi seperti ChatGPT memberikan kemudahan bagi pelaku usaha dalam mendukung berbagai kebutuhan pemasaran (Respati et al, 2024). Namun, pemahaman mengenai cara menggunakan teknologi tersebut masih menjadi salah satu tantangan bagi sebagian pelaku usaha. Oleh karena itu, praktik secara langsung seperti yang dilakukan kegiatan ini diharapkan dapat membantu peserta mengenal dan menggunakan AI dengan cara yang lebih sederhana dan sesuai dengan kebutuhan usaha.



**Gambar 4. Dokumentasi Penyampaian Materi Pemanfaatan Menggunakan Chatgpt Untuk Membantu Pemasaran**

#### **4. Pemanfaatan Canva AI untuk Materi Promosi**

Selain ChatGPT, kegiatan juga memperkenalkan Canva AI. Aplikasi ini digunakan untuk membantu peserta membuat poster dan materi visual promosi. Penggunaan Canva AI dipilih karena kegiatan pemasaran tidak hanya membutuhkan teks, tetapi juga tampilan visual yang dapat menarik perhatian calon konsumen. Materi visual dapat berupa poster, banner, logo, maupun bentuk konten lain yang sesuai dengan kebutuhan usaha.

Penggunaan Canva untuk kegiatan promosi UMKM telah diterapkan dalam kegiatan pengabdian sebelumnya. Canva dapat membantu pelaku UMKM membuat desain promosi dengan lebih mudah dan kreatif karena menyediakan berbagai pilihan template, elemen visual, dan fitur yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan usaha (Zettira et al., 2022). Pemanfaatan Canva diharapkan dapat membantu pelaku UMKM menghasilkan materi promosi yang lebih menarik dan sesuai dengan produk yang ditawarkan.

Penelitian pengabdian yang lebih baru juga menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten promosi menggunakan Canva dapat membantu meningkatkan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM. Salah satu kegiatan yang dilakukan pada UMKM di Desa Kajar menerapkan tahapan observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi dalam penggunaan Canva (Fatimahazzahroh et al., 2026). Tahapan tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan secara langsung dapat membantu peserta lebih memahami penggunaan Canva untuk membuat konten promosi sesuai dengan kebutuhan usaha.

Dengan demikian, penggunaan Canva AI dalam kegiatan UMKM Go Digital tidak hanya berkaitan dengan pembuatan desain, tetapi juga menjadi bagian dari proses belajar pelaku usaha untuk mulai menghasilkan materi promosi sendiri. Melalui praktik langsung, peserta dapat mencoba membuat materi promosi sendiri sesuai dengan

produk yang dimiliki. Hal ini diharapkan dapat membantu pelaku UMKM menjadi lebih mandiri dalam menyiapkan kebutuhan promosi usahanya.



**Gambar 5. Dokumentasi Penyampaian Materi Pemanfaatan Menggunakan CANVA AI  
Untuk Membantu Pemasaran**

## **5. Praktik Langsung dan Pendampingan**

Setelah materi diberikan, pelaku UMKM diberi kesempatan untuk mempraktikkan penggunaan ChatGPT dan Canva AI dengan pendampingan mahasiswa. Tahap ini dilakukan agar peserta dapat mencoba sendiri dan tidak hanya menerima penjelasan secara satu arah. Dalam praktiknya, peserta diarahkan untuk menyesuaikan penggunaan aplikasi dengan usaha masing-masing. Dengan demikian, contoh yang diberikan tidak berhenti pada contoh umum, tetapi mulai diarahkan pada kebutuhan nyata peserta. Misalnya, ide promosi dan deskripsi yang dibuat dapat disesuaikan dengan jenis produk yang mereka jual. Pendekatan praktik langsung juga relevan dengan kegiatan pelatihan Canva bagi UMKM yang umumnya menggunakan tahapan pelatihan dan pendampingan agar peserta dapat menghasilkan materi secara langsung.



**Gambar 5. Dokumentasi Praktik langsung cara penggunaan dan pemanfaatan  
ChatGPT dan CANVA AI bersama UMKM**

## 6. Hasil yang Diperoleh

Berdasarkan hasil pelaksanaan, peserta mulai memahami manfaat Artificial Intelligence dalam kegiatan pemasaran. Selain memahami fungsi dasar AI, peserta juga memperoleh pengalaman awal dalam menggunakan ChatGPT dan Canva AI untuk membantu membuat materi promosi. Hal ini terlihat dari keterlibatan peserta selama proses praktik dan pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa. Pengukuran hasil kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi selama proses sosialisasi, praktik, dan pendampingan. Indikator yang diamati meliputi pemahaman peserta mengenai manfaat AI, kemampuan menggunakan ChatGPT dan Canva AI, keterlibatan peserta selama praktik, serta hasil materi yang promosi yang dibuat sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing.

Hasil kegiatan dalam laporan menunjukkan bahwa tahapan pengenalan dan praktik dapat berjalan sesuai sasaran utama. Peserta memperoleh pemahaman mengenai manfaat AI dan kemampuan awal dalam menyusun materi promosi yang lebih terarah sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing. Hasil praktik peserta juga menjadi salah satu dasar pengukuran, yaitu melalui kemampuan peserta dalam menghasilkan materi promosi sederhana dengan memanfaatkan ChatGPT dan Canva AI. Dengan adanya kegiatan ini, peserta diharapkan dapat melanjutkan penggunaan AI secara mandiri dalam mendukung kegiatan pemasaran UMKM.

**Tabel 2. Hasil yang Diperoleh**

| Aspek                | Kondisi Sebelum Kegiatan                              | Hasil Setelah Kegiatan                                |
|----------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|
| Pengetahuan AI       | Belum memahami pemanfaatan AI dalam pemasaran         | Mulai memahami fungsi AI untuk mendukung pemasaran    |
| Ide Promosi          | Masih terbatas pada cara promosi yang biasa dilakukan | Mulai mengenal ChatGPT sebagai sumber ide promosi     |
| Deskripsi Produk     | Belum menggunakan AI sebagai alat bantu               | Peserta mencoba menyusun deskripsi dengan ChatGPT     |
| Caption Media Sosial | Belum mengetahui pemanfaatan AI untuk membuat caption | Peserta mencoba membuat caption menggunakan ChatGPT   |
| Materi Visual        | Belum optimal memanfaatkan AI untuk desain            | Peserta mengenal dan mencoba Canva AI                 |
| Keterampilan Digital | Pemanfaatan teknologi masih terbatas                  | Muncul kemampuan awal menggunakan AI untuk pemasaran. |

Tabel tersebut menunjukkan bahwa perubahan yang paling terlihat berada pada pengetahuan dan kemampuan awal, bukan pada peningkatan penjualan. Hal ini penting untuk disampaikan karena kegiatan hanya dilaksanakan dalam satu sesi sosialisasi dan praktik sehingga belum dapat digunakan untuk mengukur dampak terhadap omzet atau keuntungan usaha.

## **Pembahasan**

Program UMKM Go Digital menunjukkan bahwa pengenalan AI kepada pelaku UMKM dapat dilakukan melalui pendekatan yang sederhana dan dekat dengan kebutuhan mereka. ChatGPT dan Canva AI tidak diperkenalkan sebagai teknologi yang rumit, tetapi sebagai alat bantu yang dapat digunakan dalam pekerjaan pemasaran sehari-hari. Dengan cara tersebut, peserta dapat lebih mudah memahami manfaat AI dan menghubungkannya dengan kebutuhan usaha yang mereka jalankan. Dari sisi pemasaran, ChatGPT membantu peserta pada bagian ide dan teks, sedangkan Canva AI membantu pada bagian visual. Penggabungan kedua fungsi tersebut membuat peserta memperoleh gambaran bahwa satu kegiatan promosi dapat dibantu dengan lebih dari satu teknologi. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang melihat AI sebagai salah satu teknologi yang berpotensi mendukung produktivitas dan daya saing UMKM, tetapi penerapannya masih menghadapi keterbatasan (Santosa & Surgawati, 2024). AI juga semakin berkembang dalam praktik *digital marketing* pada SME di Indonesia (Respati et al., 2024). Dari sisi visual, penggunaan Canva AI juga sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM yang perlu membuat materi promosi tetapi memiliki keterbatasan kemampuan desain. Canva dapat digunakan untuk membantu meningkatkan kreativitas dalam pembuatan desain promosi UMKM (Zettira et al., 2022). Melalui praktik yang dilakukan dalam kegiatan ini, peserta tidak hanya mengetahui fungsi Canva AI, tetapi juga dapat mencoba membuat promosi yang disesuaikan dengan produk masing-masing.

Meskipun demikian, penggunaan AI tetap perlu dilakukan secara bijak. Hasil yang diberikan AI tidak seharusnya langsung digunakan tanpa diperiksa. Pelaku UMKM tetap perlu memastikan bahwa informasi mengenai produk, harga, bahan, dan keunggulan yang ditampilkan sesuai dengan keadaan sebenarnya. Dalam konteks ini, AI lebih tepat ditempatkan sebagai alat bantu, sedangkan keputusan akhir mengenai isi promosi tetap berada pada pemilik usaha. Dengan demikian, tujuan program bukan untuk menggantikan peran pelaku usaha dengan AI, tetapi membantu mereka memiliki alternatif teknologi yang dapat digunakan ketika membutuhkan ide, teks, atau materi promosi. Selain itu, hasil kegiatan belum dapat menunjukkan adanya peningkatan omset atau keuntungan. Laporan KKM-PKM juga tidak menyediakan data penjualan sebelum dan sesudah kegiatan sehingga tidak tepat apabila program diklaim telah meningkatkan pendapatan UMKM. Dengan demikian, capaian program dalam artikel ini dibatasi pada peningkatan pemahaman dan kemampuan awal peserta dalam menggunakan AI untuk mendukung pemasaran.

## **SIMPULAN**

Program UMKM Go Digital di Dusun Perigi Maram, Desa Saing Ramban dilaksanakan sebagai upaya untuk menjawab keterbatasan pelaku UMKM dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI) untuk kegiatan pemasaran. Kegiatan dilaksanakan melalui sosialisasi, contoh penggunaan, praktik, dan pendampingan penggunaan ChatGPT dan Canva AI. Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa peserta mulai memahami fungsi AI sebagai alat bantu dalam pemasaran. ChatGPT dapat dimanfaatkan untuk membantu mencari ide

promosi, menyusun deskripsi produk, dan membuat *caption* media sosial, sedangkan Canva AI dapat digunakan untuk membantu membuat materi visual promosi melalui praktik langsung. Peserta memperoleh pengalaman awal dalam menggunakan kedua aplikasi tersebut sesuai dengan kebutuhan usahanya. Program ini telah mencapai tujuan awal, yaitu memberikan pemahaman dan kemampuan dasar kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan AI untuk mendukung kegiatan pemasaran. Meskipun demikian, kegiatan belum dapat menunjukkan pengaruh terhadap peningkatan penjualan atau keuntungan karena tidak tersedia data kuantitatif yang membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Oleh karena itu, hasil program lebih difokuskan pada peningkatan pemahaman dan pengalaman awal peserta dalam menggunakan teknologi AI. Kegiatan ini juga memiliki beberapa keterbatasan, terutama pada waktu pelaksanaan yang terbatas sehingga proses praktik dan pendampingan belum dapat dilakukan secara mendalam kepada seluruh peserta. Selain itu, kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital tidak sepenuhnya sama, sehingga tingkat pemahaman dan kemampuan dalam mengikuti praktik juga dapat berbeda. Keterbatasan lainnya adalah kegiatan lebih berfokus pada pengenalan dan penggunaan dasar AI, sehingga belum sampai pada tahap pemantauan penggunaan AI secara berkelanjutan dalam kegiatan pemasaran masing-masing UMKM. Pendampingan lanjutan masih diperlukan agar peserta dapat terus menggunakan dan mengembangkan kemampuan tersebut dalam kegiatan pemasaran. Dengan pemanfaatan yang dilakukan secara konsisten dan sesuai kebutuhan, AI diharapkan dapat menjadi salah satu alat bantu yang mendukung pengembangan pemasaran UMKM di Dusun Perigi Maram.

#### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Desa Saing Rambli, khususnya masyarakat Dusun Perigi Maram, yang telah menerima dan menyambut mahasiswa dengan baik selama kegiatan KKM-PKM berlangsung. Terima kasih juga disampaikan kepada Kepala Desa beserta perangkat desa, Kepala Dusun, tokoh masyarakat, serta seluruh masyarakat yang telah membantu, memberikan arahan, dan ikut mendukung berbagai kegiatan yang dilaksanakan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan KKM-PKM. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh anggota kelompok yang telah bekerja sama, saling membantu dan ikut berperan dalam menyelesaikan setiap program kerja yang telah direncanakan. Selama pelaksanaan KKM-PKM, banyak bantuan dan pengalaman yang penulis dapatkan, baik dalam menjalankan kegiatan maupun dalam berinteraksi langsung dengan masyarakat. Dukungan dan kerja sama dari berbagai pihak sangat membantu sehingga kegiatan yang telah direncanakan dapat berjalan dengan baik. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan selama pelaksanaan kegiatan, sehingga pengalaman ini menjadi pembelajaran yang berharga bagi penulis untuk kedepannya. Semoga segala bantuan, kebaikan, dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang baik dari Tuhan Yang Maha Esa. Semoga hubungan baik yang sudah terjalin selama kegiatan KKM-PKM dapat tetap terjaga meskipun kegiatan telah selesai. Penulis berharap pengalaman dan kegiatan yang telah

dilaksanakan dapat memberikan manfaat, baik bagi masyarakat maupun bagi mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan KKM-PKM.

## REFERENSI

- Adha, S., Irawan, I., Azizi, E., Kusuma, H. W., & Nurhikmat, M. (2026). The effect of artificial intelligence on digital marketing management of MSMEs. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 14(3), 2547–2558. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v14i3.5057>
- Astuti, A., Mane, A. A., & Saleh, M. Y. (2023). Peran perkembangan teknologi digital terhadap strategi pemasaran dan distribusi UMKM Kota Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(1), 175–180. <https://doi.org/10.35965/jbm.v6i1.3788>
- Fatimahazzahroh, N., Naufal, M. A., Hidayatullah, F., & Lusianti, D. (2026). Pelatihan digital marketing untuk UMKM melalui konten promosi menggunakan Canva di Desa Kajar. *SANDIMAS: Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(2), 1478–1487. <https://doi.org/10.24176/sandimas.v2i2.1417>
- Iqbal, M., Julianto, M. F., Khultsum, U., & Putri, D. (2024). Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) sebagai media pendukung pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada UMKM Borneo Istimewa. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 3(2), 24–28. <https://doi.org/10.56445/jppmj.v3i2.117>
- Lady, L., Hasvia, T. G., Aulia, G., De Utami, N. A., & Jones, J. H. (2023). Peran digital marketing dalam pengembangan kegiatan promosi UMKM Windish. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 598–610. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i1.12466>
- Laksmono, R., Zulfikri, A., & Priyana, Y. (2025). The use of artificial intelligence to improve digital marketing strategies for MSMEs in Indonesia. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4). <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.3256>
- Majid, A., & Nur Faizah, E. (2023). Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Media Komunikasi Ilmu Ekonomi*, 40(2), 52–63. <https://doi.org/10.58906/melati.v40i2.130>
- Muhardono, A., Sunarjo, W. A., Murty, D. A., Aji, S. B., & Sari, T. L. (2024). Pelatihan optimalisasi konten marketing menggunakan aplikasi Artificial Intelligence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1959–1968. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5108>
- Munthe, A., M. Yarham, & Ridwana Siregar. (2023). Peranan usaha mikro kecil menengah terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Respati, N. A., Etienvre, J., & Anggahegari, P. (2024). The evolving position of artificial intelligence in digital marketing: A qualitative study of SMEs in Indonesia. In *Proceedings of the 8th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship*. Atlantis Press. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3\\_80](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-443-3_80)

- Rizal, A. S., Saputri, S. W., & Nurjaya. (2023). Digital marketing untuk UMKM. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 5(1), 105–109. <https://doi.org/10.32493/ABMAS.v5i1.p105-109.y2023>
- Santosa, A. D., & Surgawati, I. (2025). Artificial intelligence (AI) adoption as marketing tools among micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia. *Jurnal Sosial Humaniora*, 17(1), 91–102. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v17i1.20520>
- Sudirjo, F., Rukmana, A. Y., Wandan, H., & Hakim, M. L. (2023). Pengaruh kapabilitas pemasaran, digital marketing dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM di Jawa Barat. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 55–69. <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.134>
- Tanuwijaya, K., Wijaya, A. T., Sikomena, A., Harjanti, D., & Marchyta, N. K. (2024). Pendampingan pemanfaatan teknologi digital sebagai strategi pemasaran UMKM Nurul Ismiati. *Jurnal Kreativitas dan Inovasi (Jurnal Kreanova)*, 4(3), 110–118. <https://doi.org/10.24034/kreanova.v4i3.6901>
- Wijayanti, L., Sukwadi, R., Prasetya, W., & Azels, W. A. (2022). Pelatihan membuat desain iklan digital menggunakan aplikasi Canva bagi UMKM binaan ASPPUK. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(2). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v5i2.18245>
- Zettira, S. B. Z., Febrianti, N. A., Anggraini, Z. A., Prasetyo, M. A. W., & Tripustikasari, E. (2022). Pelatihan aplikasi Canva untuk meningkatkan kreativitas desain promosi usaha mikro kecil dan menengah. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.37640/japd.v2i2.1524>