

## **PEMANFAATAN TEKNOLOGI KECERDASAN BUATAN DALAM PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL BAGI PELAKU UMKM DI KOTA BALIKPAPAN**

**Nia Karmeliawati<sup>1)</sup>, Kemal Sandi<sup>2)</sup>, Shafira Khairunnisa<sup>3)</sup>,  
Aulia Rika Putri Mangawing<sup>4)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup> Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

<sup>4)</sup> Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Kota Balikpapan  
*Iniakarmeliawati58@gmail.com*

### **Abstract**

This training activity for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) conducted in 2025 aims to provide training on the use of artificial intelligence (AI) technology in digital marketing strategies. The main focus of this training is improving product branding capabilities through the creation of attractive promotional content, especially in the form of videos. The impact of this training is seen in the participants' increased understanding of the importance of brand image and their ability to use AI-based digital tools to expand their marketing reach. The implementation of the Artificial Intelligence-based Digital Marketing training with 50 participants, where participants are business actors who already have micro, small, and medium-scale businesses. The implementation of this activity has run smoothly and the attendance of participants in the meeting reached 100% or all invited participants were present. In addition, participants can also study the material online through the "Digitalent" platform. This activity is expected to be able to help MSMEs in Balikpapan City in strengthening competitiveness, increasing the visibility of local products, and encouraging community economic independence through sustainable digital transformation.

*Keywords:* MSMEs, artificial intelligence, digital marketing, digital transformation.

### **Abstrak**

Kegiatan pelatihan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang di lakukan pada tahun 2025 ini memiliki tujuan memberikan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence) dalam strategi pemasaran digital. Fokus utama pelatihan ini adalah peningkatan kemampuan branding produk melalui pembuatan konten promosi yang menarik, khususnya dalam bentuk video. Dampak dari pelatihan ini terlihat pada peningkatan pemahaman peserta terhadap pentingnya citra merek serta kemampuan mereka dalam menggunakan alat digital berbasis AI untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pelaksanaan pelatihan Pemasaran Digital berbasis Kecerdasan Buatan dengan peserta sebanyak 50 orang, dimana peserta adalah pelaku usaha yang telah memiliki usaha skala mikro, kecil dan menengah. Untuk pelaksanaan kegiatan ini telah berjalan dengan lancar dan kehadiran peserta dalam pertemuan mencapai 100% atau semua peserta undangan hadir seluruhnya. Selain itu, peserta juga dapat mempelajari materi secara online melalui platform "Digitalent". Kegiatan ini diharapkan mampu membantu UMKM di Kota Balikpapan dalam memperkuat daya saing, meningkatkan visibilitas produk lokal, serta mendorong kemandirian ekonomi masyarakat melalui transformasi digital yang berkelanjutan.

*Keywords:* UMKM, kecerdasan buatan, pemasaran digital, transformasi digital.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen utama dalam struktur perekonomian Indonesia. Perannya yang signifikan terlihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja secara luas. Berdasarkan data tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 66 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61% atau senilai Rp9.580 triliun, serta menyerap sekitar 117 juta tenaga kerja atau 97% dari total angkatan kerja nasional (Fauzan, 2025; Indonesian Chamber of Commerce and Industry). Angka tersebut menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya menjadi penggerak ekonomi masyarakat di tingkat mikro, tetapi juga memiliki peran strategis dalam mendukung stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional.

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat telah menciptakan dinamika baru dalam dunia usaha. Di tengah kompetisi global, UMKM dituntut untuk melakukan transformasi agar tetap relevan dan berdaya saing. Pemanfaatan teknologi informasi, *e-commerce*, serta platform digital telah mengubah model interaksi antara produsen dan konsumen. Era digital menuntut pelaku UMKM untuk mengutamakan inovasi, kecepatan adaptasi, dan pengelolaan data yang efektif. Transformasi digital menjadi kebutuhan mendesak, terutama setelah pandemi COVID-19 yang mendorong perubahan besar dalam perilaku konsumen dan sistem pemasaran berbasis daring (Hadiono & Santi, 2020). Sejak saat itu, penggunaan

teknologi digital menjadi bagian integral dari strategi bisnis modern.

Adopsi teknologi digital berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*) kini menjadi langkah strategis bagi UMKM dalam memperkuat daya saing. Melalui penerapan teknologi seperti *machine learning* dan *natural language processing*, pelaku usaha dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan personal. Penggunaan AI memungkinkan penciptaan konten promosi yang sesuai dengan karakteristik pasar, sekaligus memperkuat branding produk. Namun, keberhasilan transformasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia, literasi digital, dan dukungan kebijakan pemerintah. UMKM yang sudah mengadopsi teknologi digital berhasil meningkatkan penjualan hingga 30% melalui platform *e-commerce* dan media sosial meskipun begitu ada 35% jumlah UMKM yang belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal dalam bisnis mereka (Aryo, 20224). Berdasarkan landasan tersebut, kegiatan **“pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan bagi pelaku UMKM di Kota Balikpapan”** dilaksanakan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha dalam menghadapi tantangan era digital. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman praktis tentang pemanfaatan AI dalam pembuatan konten promosi, analisis pasar digital, serta strategi branding yang kreatif. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM diharapkan tidak hanya mampu mengenal dan menggunakan teknologi AI, tetapi juga dapat mengaplikasikannya secara mandiri

untuk memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai memberi pengetahuan, tetapi juga sebagai langkah nyata menuju kemandirian digital bagi UMKM di Balikpapan.

## METODE

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pelatihan ini adalah **pendekatan partisipatif** dengan model **pelatihan, interaktif dan praktik langsung**. Pendekatan ini dipilih karena pelatihan berfokus pada peningkatan keterampilan peserta secara aktif melalui keterlibatan langsung dalam setiap sesi pembelajaran. Pendekatan partisipatif memungkinkan peserta (pelaku UMKM) tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi juga berpartisipasi dalam diskusi, praktik pembuatan konten promosi berbasis kecerdasan buatan, serta melakukan evaluasi terhadap hasil karyanya. Pendekatan ini sejalan dengan model *community-based training*, di mana pelaku UMKM menjadi subjek utama dalam proses peningkatan kapasitas digital. Metode ini menekankan perlunya pelaku usaha untuk belajar teknologi dan meningkatkan keterampilan praktis sesuai kebutuhan dunia usaha dari orang luar (Alison Napier, 2017).

Kegiatan pelatihan diikuti oleh sekitar **50 pelaku UMKM Kota Balikpapan**, dengan uraian kegiatan sebagai berikut:

**Tabel 1. Rangkaian Kegiatan**

Tgl	Tempat	Kegiatan	Narasum-ber
16 Sep	Online	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tutorial mendaftar akun Digitalent</li> <li>- Tutorial cara mengikuti pelatihan melalui aplikasi Digitalent</li> </ul>	BPSDM Banjar-masin

19 Sep	Hotel Grand Tjokro Balikpapan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Memahami AI untuk Pemasaran Digital</li> <li>- Riset Pasar dan persona buyer dengan AI</li> <li>- Pembuatan konten teks, gambar, dan video AI</li> <li>- Optimasi Kampanye dan analisis Data dengan AI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Istia Budi</li> <li>- Amir Iskandar</li> </ul>
--------	-------------------------------	--	---

Untuk menentukan peserta dalam kegiatan pelatihan ini, maka tim pelaksana mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya:

- 1) Peserta pelatihan memiliki kemampuan dalam mengoperasikan *smartphone* dan laptop;
- 2) Peserta telah melakukan pendaftaran kegiatan melalui aplikasi Digitalent
- 3) Peserta pelatihan telah memiliki usaha atau memiliki produk untuk dijual secara *online*;
- 4) Peserta pelatihan adalah pelaku UMKM Binaan Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian Kota Balikpapan.
- 5) Bersedia mengikuti kegiatan pelatihan hingga selesai.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tahapan Kegiatan

#### a) Pendaftaran Kegiatan

Peserta kegiatan di bimbing secara online untuk mendaftar pada media platform Digitalent sebagai syarat awal mengikuti kegiatan, peserta di bimbing untuk membuat akun dan cara mengikuti kelas pelatihan ini yang akan di selenggarakan pada tangga 19 September. Melalui media platform Digitalent, setiap peserta akan bisa mengakses materi dan pelatihan secara bebas serta hasil sertifikat elektronik

yang dapat di unduh melalui kelas pelatihan tersebut.

#### **b) Pembukaan Kegiatan**

Pelatihan DEA (*Digital Entrepreneurship Academy*) Pemasaran Digital dengan Kecerdasan Buatan (*AI*) diselenggarakan pada 19 September 2025 di Hotel Grand Tjokro Balikpapan. Acara yang dihadiri 50 peserta UMKM ini dibuka langsung oleh Kepala Dinas Koperasi,UMKM dan Perindustrian, Bapak Heruressandy Setia Kesuma, dan Kepala BPSDMP Kominfo Banjarmasin, Bapak Syarifudin.



**Gambar 1. Pembukaan Kegiatan**

Pelatihan ini menjadi langkah strategis untuk membekali para wirausaha dengan pengetahuan dan alat-alat *AI*, sehingga para UMKM dapat bersaing dan mengembangkan bisnisnya di era digital melalui sesi interaktif dan praktik langsung. Dengan bekal ilmu yang didapat, diharapkan para peserta dapat mengaplikasikan teknologi *AI* untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas bisnis mereka.

#### **c) Pemaparan Materi**

Sesi pemaparan materi berfokus pada penjelasan mengenai manfaat kecerdasan buatan bagi kemajuan UMKM. Narasumber menjelaskan konsep dasar *AI*, penerapannya dalam dunia bisnis, serta bagaimana teknologi ini dapat membantu pelaku UMKM dalam melakukan riset pasar, pembuatan konten, dan analisis data pemasaran secara lebih efisien. Peserta

juga diberikan contoh penerapan *AI* dalam strategi digital marketing, seperti penggunaan alat pembuat konten otomatis, analisis tren konsumen, dan optimasi kampanye promosi.



**Gambar 2. Pemaparan Materi**

#### **d) Praktik**

Peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung pembuatan konten video promosi produk menggunakan aplikasi berbasis kecerdasan buatan (*AI*). Kegiatan dimulai dengan penjelasan teknis mengenai cara kerja beberapa platform *AI* yang dapat dimanfaatkan untuk membuat konten pemasaran digital, seperti pembuatan prompt promosi, pemilihan template video, pengisian narasi suara, serta penyusunan visual yang menarik. Setiap peserta diminta untuk memilih salah satu produk unggulan dari usaha yang mereka kelola, kemudian diarahkan untuk menyesuaikan pesan promosi dengan target pasar masing-masing. Narasumber dan tim pendamping turut memberikan bimbingan langsung kepada peserta agar mereka dapat memahami setiap tahapan proses pembuatan konten dengan baik.



**Gambar 3. Mentoring sesi praktik**

Selama proses praktik berlangsung, suasana pelatihan berjalan interaktif dan partisipatif. Peserta terlihat antusias dalam mencoba berbagai fitur AI, seperti generator teks promosi, pembuat gambar produk otomatis, serta aplikasi pengedit video berbasis kecerdasan buatan. Melalui kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengalaman praktis, tetapi juga menyadari bahwa pemanfaatan AI dapat menghemat waktu dan biaya dalam produksi konten pemasaran. Hasil video yang dibuat menunjukkan peningkatan kreativitas peserta, baik dari segi ide promosi, tampilan visual, maupun kejelasan pesan yang disampaikan. Dengan demikian, sesi praktik ini berhasil memberikan pemahaman komprehensif mengenai penerapan teknologi AI secara langsung dalam strategi pemasaran digital bagi pelaku UMKM.



Gambar 4. Mentoring sesi praktik

#### e) Post Test dan Tugas

Para peserta di arahkan untuk mengisi soal yang di sediakan pada platform Digitalent. Pemberian tugas tersebut bertujuan untuk mengukur sejauh mana para peserta memahami materi yang telah di sampaikan. Peserta di syaratkan harus mencapai skor nilai minimal 70, jika skor nilai tidak sampai 70 maka akan di perintahkan untuk mengisi ulang tugas hingga mendapatkan nilai yang lebih baik. Cara

ini untuk menekankan dan mengingatkan materi pembahasan yang di sampaikan saat sesi pemaparan materi tersebut.

peserta juga diberikan tugas untuk menyelesaikan pembuatan video promosi produk menggunakan AI yang kemudian dinilai oleh tim pelaksana. Penilaian mencakup aspek kreativitas, relevansi pesan promosi, serta pemanfaatan teknologi AI dalam proses pembuatan video. Hasil Video tersebut akan dikumpul sebagai tugas yang harus di kumpulkan dan akan dinilai oleh narasumber.

#### f) Pembagian Hadiah

Disela kegiatan yang panjang dilakukan juga *ice breaking* sebagai hiburan untuk para peserta agar tetap fokus dan bersemangat, sama halnya dengan adanya hadiah peserta akan berlomba lomba dan meningkatkan semangat untuk tetap mengikuti kegiatan pelatihan ini hingga selesai. Sebagai bentuk apresiasi terhadap partisipasi aktif peserta, panitia memberikan penghargaan kepada individu yang memperoleh nilai tertinggi dan tercepat dalam mengisi post tes serta kepada peserta dengan hasil video AI paling menarik dan inovatif. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan memberikan motivasi, tetapi juga menumbuhkan semangat kompetitif yang positif di antara peserta dalam mengembangkan kemampuan pemasaran digital berbasis teknologi.



Gambar 5. Pembagian Hadiah

**g) Penutupan Kegiatan**

Kegiatan ditutup dengan sesi evaluasi singkat dan penyampaian kesan serta pesan dari peserta. Penutupan dilakukan oleh panitia pelaksana dengan harapan agar ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengelolaan dan promosi usaha masing-masing peserta. Seluruh rangkaian kegiatan berjalan dengan lancar dan mendapat tanggapan positif dari peserta, yang merasa terbantu dalam memahami serta mengaplikasikan kecerdasan buatan untuk pengembangan usaha mereka.

**Kesan dan pesan peserta:**

“Saya menerima banyak *inside* yang baru bahkan yang mungkin sebelumnya saya sudah pelajari secara umum dan hari ini saya mendapatkan *inside* yang lebih banyak, jadi kita belajar dari pembuatan *prompt*, hasil *prompt* tersebut akan dijadikan gambar, lalu gambar itu akan dijadikan sebuah *video*.”



**Gambar 6. Wawancara UMKM**

“Dan saya simpulkan dengan kita menggunakan AI, kita bias lebih hemat waktu, biaya dan tenaga kerja tentunya”



**Gambar 7. Wawancara UMKM**

“Semoga kedepannya pelatihan seperti ini akan terus berkembang, bukan hanya untuk senior senior saja mungkin pemula-pemula juga bisa.”



**Gambar 8. Foto Bersama**

**Temuan Kendala Pelaksanaan**

Ada beberapa kendala yang ditemukan dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan dengan tema pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan diantaranya:

- 1) Peserta sering mengalami masalah jaringan, sehingga ada beberapa peserta yang kurang optimal dalam mengikuti kegiatan ini
- 2) Beberapa kali narasumber kesulitan untuk melihatkan materinya karena terjadi masalah pada layar monitor, seperti gambar yang setengah saja, gambar tidak muncul pada layar.
- 3) Dalam praktik langsung beberapa AI berbayar jadi para peserta tidak leluasa untuk banyak mencoba
- 4) Pada saat mengisi soal, ada beberapa peserta yang kurang memahami materi yang di paparkan oleh narasumber.
- 5) Pada saat menyampaikan materi pembelajaran praktek atau tutorial, narasumber sering mengalami kesulitan karena tidak bisa memantau progres dari masing-masing peserta
- 6) Keaktifan dalam setiap kelompok sering didominasi oleh 3-5 peserta, sehingga pengajar harus

berusaha lebih inovatif dalam proses pembelajaran.

### Solusi yang Dijalankan

Solusi yang ditawarkan atau dijalankan tim pelaksana untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan, diantaranya:

1) Peserta bisa mengakses materi yang lebih lengkap di platform Digitalent sehingga dapat mempelajari ulang materi yang disampaikan,

2) Narasumber menyarankan menggunakan Gemini AI dan mencoba uji coba gratis selama sebulan untuk membantu para peserta membuat video AI. Narasumber juga menyarankan menggunakan akun email pelajar agar bisa mencoba uji coba gratis selama setahun.

3) Narasumber berusaha berinteraksi ke sisi sudut peserta agar dapat memantau secara keseluruhan progress pengerjaan tugas praktik.

4) Peserta yang tertinggal Langkah-langkah praktik akan di jelaskan ulang secara perlahan agar tidak tertinggal terlalu jauh.

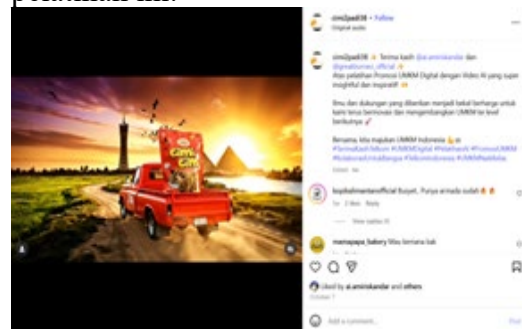
5) Untuk meningkatkan keaktifan peserta, narasumber memberikan tantangan berhadiah yang membuat para peserta harus berlomba dan meningkatkan semangatnya untuk mengikuti kegiatan pelatihan.

### Dampak Kegiatan

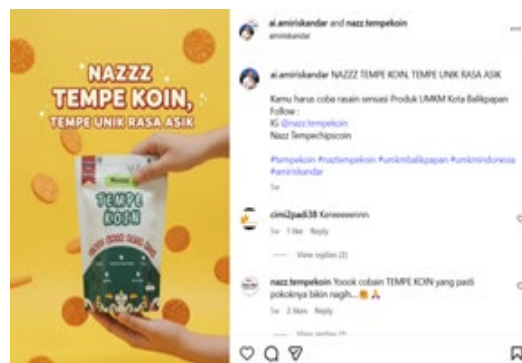
Pelaksanaan pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan memberikan pengaruh yang nyata bagi para peserta yang merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kegiatan ini memperluas wawasan peserta tentang urgensi penerapan teknologi digital untuk memperluas pasar serta meningkatkan daya saing produk lokal. Melalui kombinasi antara penyampaian

materi dan kegiatan praktik, peserta mampu memahami prinsip dasar kecerdasan buatan serta aplikasinya dalam dunia pemasaran modern, seperti analisis perilaku konsumen, pembuatan konten otomatis, hingga pengoptimalan kampanye promosi secara efisien dan terukur.

Dampak lain yang dirasakan adalah meningkatnya kemampuan teknis peserta dalam mengoperasikan berbagai aplikasi berbasis AI untuk menciptakan konten promosi produk. Peserta menjadi lebih mahir dalam membuat video, gambar, dan teks promosi yang menarik serta sesuai dengan karakteristik target pasar. Hal ini mendorong perubahan dari strategi pemasaran tradisional menuju pendekatan yang lebih kreatif dan digital. Beberapa hasil karya peserta menunjukkan peningkatan kualitas baik dari sisi ide, pesan promosi, maupun tampilan visual setelah mengikuti pelatihan ini.



Gambar 9. Hasil Konten promosi AI



Gambar 10. Hasil Konten promosi AI

Selain memberikan peningkatan keterampilan, kegiatan ini juga membangun sikap positif dan rasa percaya diri peserta dalam mengadopsi teknologi untuk pengembangan usaha. Peserta menyadari bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan dapat meningkatkan efektivitas kerja sekaligus membuka peluang baru untuk memperluas jangkauan pemasaran. Kegiatan ini juga memfasilitasi terbentuknya jejaring antar pelaku UMKM, sehingga muncul kolaborasi dan pertukaran pengalaman yang bermanfaat bagi perkembangan bisnis mereka di masa depan. Secara keseluruhan, pelatihan ini berdampak positif terhadap peningkatan literasi digital serta kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perkembangan teknologi. Antusiasme peserta yang tinggi menunjukkan bahwa mereka siap untuk terus berinovasi dan menerapkan teknologi kecerdasan buatan dalam strategi pemasaran. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya memperkuat kompetensi individu, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif berbasis digital di tingkat daerah.

## **SIMPULAN**

Kegiatan pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan bagi pelaku UMKM Kota Balikpapan berjalan dengan lancar dan mendapat respon positif dari seluruh peserta. Pelatihan ini terbukti mampu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran peserta mengenai pentingnya pemanfaatan teknologi AI dalam mengembangkan strategi pemasaran produk. Melalui sesi pemaparan materi dan praktik langsung, peserta memperoleh pengalaman konkret dalam membuat konten promosi digital yang lebih menarik, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan

pasar. Selain itu, kegiatan ini juga menumbuhkan motivasi dan rasa percaya diri pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memperluas jangkauan pemasaran secara digital. Dengan demikian, kegiatan ini berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing pelaku UMKM di era transformasi digital.

Semoga kegiatan seperti ini dapat terus berkembang dan berkelanjutan, disarankan agar pelatihan serupa dilakukan secara berkala dengan cakupan materi yang lebih luas, seperti strategi pemasaran berbasis data, penggunaan AI dalam analisis tren konsumen, serta penerapan e-commerce yang efektif. Pemerintah daerah dan lembaga pendidikan tinggi diharapkan dapat menjalin kerja sama dalam pendampingan lanjutan bagi pelaku UMKM, sehingga penerapan teknologi AI dapat berjalan secara optimal dan berkesinambungan. Selain itu, perlu dikembangkan komunitas atau forum digital bagi pelaku UMKM sebagai wadah berbagi informasi, pengalaman, serta kolaborasi bisnis. Dengan adanya tindak lanjut yang terarah, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang terhadap penguatan ekosistem UMKM berbasis teknologi di Kota Balikpapan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kegiatan Pelatihan DEA (*Digital Entrepreneurship Academy*) Pemasaran Digital dengan Kecerdasan Buatan (*AI*) telah sukses diselenggarakan pada 19 September 2025 di Hotel Grand Tjokro Balikpapan. Acara yang dihadiri 50 peserta UMKM telah selesai dijalankan dan kami mengucapkan terima kasih pada Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian (DKUMKMP) dan



BPSDMP Kominfo Banjarmasin yang telah banyak memberikan dukungan serta fasilitas dalam pelaksanaan kegiatan ini. Berkat kolaborasi kedua instansi tersebut menghasilkan acara yang sangat luar biasa bermanfaat bagi kemajuan UMKM. Terimakasih juga pada peserta pelatihan yang telah konsisten dalam kegiatan pelatihan ini hingga selesai.

Kami menyadari bahwa pelaksanaan pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kami selalu siap untuk menerima masukan agar kegiatan selanjutnya dapat berjalan dengan lebih baik.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alison Napier, N. S. (2017). *PARTICIPATORY LEARNING*. Retrieved from <https://www.intrac.org/>: <https://www.intrac.org/app/uploads/2017/01/Participatory-learning-and-action.pdf>
- Aryo, R. (20224, September 8). *Kurangnya Pengetahuan Digital pada UMKM menjadi Tantangan dalam Era Digital*. Retrieved from [kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/rifyaryo3883/66dda373c925c45a834adf73/kurangnya-pengetahuan-digital-pada-umkm-menjadi-tantangan-dalam-era-digital](https://www.kompasiana.com/rifyaryo3883/66dda373c925c45a834adf73/kurangnya-pengetahuan-digital-pada-umkm-menjadi-tantangan-dalam-era-digital)
- Fauzan, M. (2025, januari 22). *Jumlah UMKM Indonesia Capai 66 Juta pada 2023*. Retrieved from <https://data.goodstats.id/statistic/jumlah-umkm-indonesia-capai-66-juta-pada-2023-CN6TF>
- Indonesian Chamber of Commerce and Industry. (n.d.). *UMKM Indonesia*. Retrieved from [kadin.id: https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/](https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/)
- Rivani, R., Muftiadi, A., & Nirmalasari, H. (2021). Implementasi program digital marketing pada pelaku UMKM di masa pandemi COVID-19. *Kumawula J. Pengabd. Kpd. Masy*, 4(2), 353.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137-142.
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Oikos Nomos: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 33-42.
- Wiweko, A., & Anggara, A. W. (2025). A review of digital marketing practices among SMEs in Indonesia: Trends, challenges, and opportunities. *International Research Journal of Economics and Management Studies IRJEMS*, 4(5).
- Amira, B., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(4), 362-371.
- Pongtambing, Y. S., Pitrianti, S., Sadno, M., Admawati, H., & Sampetoding, E. A. (2023). Peran dan Peluang Kecerdasan Buatan dalam Proses Bisnis UMKM. *Ininnawa: Jurnal*

*Pengabdian Masyarakat, 1(2),  
201-206.*