

## Pelatihan AI Untuk Mengoptimalkan Pemasaran UMKM di Kelurahan Bandar Kidul

**<sup>a\*</sup>Farrah Annisya, <sup>a</sup> Sofhie Melani Putri, <sup>a</sup> Rosi Tri Wandani, <sup>a</sup> Risky Putri  
Gunawan, <sup>a</sup> Tridia Ayun Syaida, <sup>a</sup> Dinta Hanny Kusuma Wardhani, <sup>a</sup> Tasa Dea  
Pangestuti, <sup>a</sup> Cerdas Dwi Saputra, <sup>a</sup> Wahyu Indah Widyawati, <sup>a</sup> Ryan Galih  
Cahya Laksana, <sup>a</sup> Muhammad Khazim Fikri, <sup>a</sup> Elen Berliana Firdaus, <sup>a</sup> Nailil  
Mufidah, <sup>a</sup> Dwi Agustina Rahmawati, <sup>a</sup> Miftah Dwi Putri Maulidiyah <sup>a</sup> Veny  
Iswantiningtyas**

*<sup>a</sup>Universitas Nusantara PGRI Kediri*

**Abstrak** - Pelatihan dan pendampingan terkait kecerdasan buatan (AI) bagi UMKM di Kelurahan Bandar Kidul bertujuan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran produk serta memperkuat daya saing pelaku UMKM. Program ini dirancang untuk mengatasi kurangnya pemahaman serta penerapan teknologi AI dalam strategi pemasaran UMKM di wilayah tersebut. Kegiatan ini menerapkan berbagai metode, termasuk observasi, wawancara, pelatihan, dan pendampingan langsung, dengan fokus pada pemanfaatan platform AI yang mendukung pengelolaan pemasaran, keuangan, serta media sosial. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa UMKM cukup mampu dalam memahami penggunaan AI. Hal ini nampak dari antusiasme pelaku UMKM saat praktik dalam acara pelatihan. Pelatihan ini dapat menjadikan UMKM di Kelurahan Bandar Kidul lebih baik dalam menanggapi perubahan teknologi sehingga dapat meningkatkan daya saing dan memperluas pasar.

**Kata Kunci**—AI, UMKM, pemasaran digital, pelatihan, Kelurahan Bandar Kidul

**Abstract** - The training and mentoring on artificial intelligence (AI) for SMEs in Bandar Kidul Village aims to optimize product marketing and enhance the competitiveness of micro, small, and medium enterprises (SMEs). This program was implemented to address the low understanding and adoption of AI technology in SME marketing in the area. The methods used in this activity include observation, interviews, training, and direct mentoring, focusing on utilizing AI platforms that support marketing, financial management, and social media. The results of the training show that SMEs are quite capable of understanding the use of AI. This can be seen from the enthusiasm of MSME players when practicing in the training event. This training can make SMEs in Bandar Kidul Village better in responding to technological changes so as to increase competitiveness and expand the market.

**Keywords**—AI, SMEs, digital marketing, training, Bandar Kidul Village

This is an open access article under the CC BY-SA License.



---

***Corresponding Author:***

Farrah Annisya,  
Akuntansi,  
Universitas Nusantara PGRI Kediri,  
Email: [farrahannisya07@gmail.com](mailto:farrahannisya07@gmail.com)



## **I. PENDAHULUAN**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kelurahan Bandar Kidul, Kota Kediri. Dengan jumlah yang sangat besar, sektor ini menjadi tulang punggung ekonomi nasional dan berkontribusi dalam menjaga stabilitas ekonomi, terutama saat menghadapi ketidakpastian kondisi ekonomi global. UMKM adalah aktivitas ekonomi yang dijalankan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan penghasilan mereka (Putro R et al., 2024). Di Kota Kediri, UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi daerah, berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran serta meningkatkan taraf hidup masyarakat. Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan era digital, pelaku UMKM dihadapkan pada tantangan besar untuk tetap kompetitif dan beradaptasi dengan perubahan teknologi. Oleh karena itu, pelaku UMKM diharapkan tetap mengikuti perkembangan teknologi informasi guna meningkatkan nilai ekonomi mereka (Pasaribu et al., 2024). Salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dan mempunyai potensi besar untuk mendukung strategi pemasaran produk adalah kecerdasan buatan.

Kecerdasan Buatan (AI) adalah kemampuan komputer dalam meniru kecerdasan manusia untuk menjalankan berbagai tugas, seperti belajar, menyelesaikan masalah, dan membuat keputusan (Simamora et al., 2024). Secara global, AI dipandang sebagai salah satu inovasi paling penting di masa depan. Mengingat UMKM menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, pemanfaatan AI dalam sektor ini menjadi faktor utama dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional (Budiningrum et al., 2024). Teknologi kecerdasan buatan memiliki potensi untuk menghadirkan solusi di berbagai aspek bisnis, seperti menganalisis data pelanggan hingga mempersonalisasi pemasaran dan mengotomatisasi layanan pelanggan. Dalam dunia pemasaran, AI dapat dimanfaatkan untuk mengidentifikasi pola perilaku konsumen, memprediksi tren pasar, dan mengoptimalkan strategi pemasaran. Penggunaan kecerdasan buatan turut mendukung UMKM dalam meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, kecerdasan buatan (AI) dapat dimanfaatkan untuk mengotomatiskan berbagai tugas, misalnya merespons pertanyaan konsumen dengan *chatbot*, yang berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional serta kepuasan konsumen. Walaupun kecerdasan buatan memberikan banyak keuntungan, tingkat penerapannya di kalangan pelaku UMKM di Kelurahan Bandar Kidul masih tergolong rendah. Beberapa faktor yang memengaruhi kondisi ini meliputi keterbatasan pemahaman mengenai AI, minimnya keahlian serta terbatasnya akses terhadap

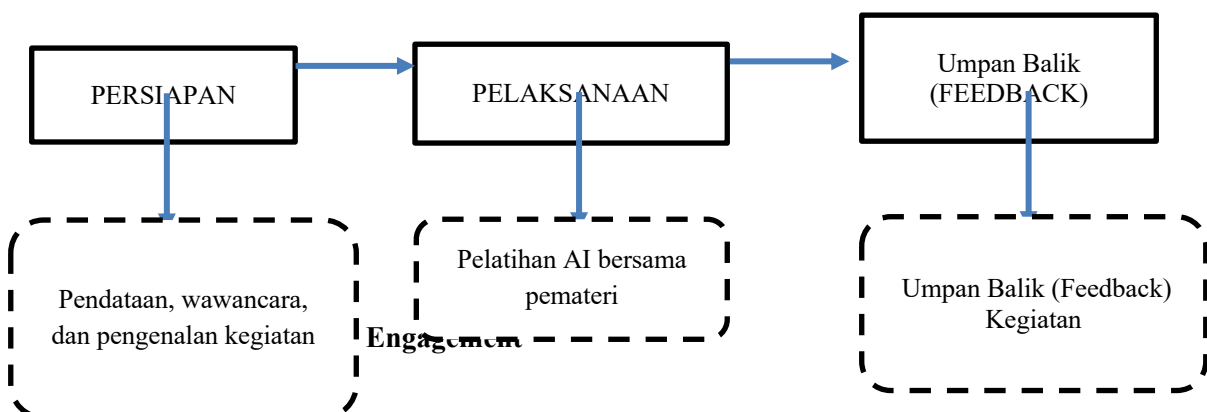
sumber daya yang dibutuhkan untuk mengadopsi teknologi tersebut. Akibatnya, banyak UMKM masih bergantung pada teknik pemasaran tradisional yang kurang efektif di era digital ini (Fahmi, 2024).

Kota Kediri merupakan salah satu kota dengan potensi ekonomi yang besar, sudah seharusnya mengoptimalkan penggunaan teknologi kecerdasan buatan untuk mendukung UMKM. UMKM yang mampu mengintegrasikan strategi pemasaran digital dengan teknologi kecerdasan buatan (AI) akan memperoleh keunggulan besar dalam mencapai target bisnis mereka (Muhardono et al., 2024). Dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan, UMKM di Kelurahan Bandar Kidul dapat meningkatkan efisiensi, jangkauan pasar, dan daya saing mereka. Untuk mencapai tujuan ini, pelatihan diperlukan untuk mendukung Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam memahami dan mengintegrasikan teknologi kecerdasan buatan dalam rencana pemasaran mereka. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan keahlian dalam teknis, namun juga untuk membangun pola pikir yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi (Achmad et al., 2024). Dalam hal ini, pelatihan AI bagi pelaku UMKM di Kelurahan Bandar Kidul yang diselenggarakan pada 5 Februari 2025 memiliki relevansi serta nilai strategis yang signifikan. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan wawasan mendalam mengenai kecerdasan buatan serta keahlian praktis yang diperlukan guna mengintegrasikan teknologi tersebut dalam strategi pemasaran produk.

Menghadapi berbagai peluang dan tantangan, Kelurahan Bandar Kidul sedang bertransformasi di era digital yang membutuhkan penerapan teknologi AI. UMKM, sebagai penopang perekonomian lokal, perlu memahami dan memanfaatkan AI secara optimal untuk bersaing di pasar global dan memperkuat posisi mereka di pasar lokal (Haerani et al., 2024). Pemahaman mendalam tentang dampak dan peran teknologi informasi, termasuk AI, dalam membentuk masyarakat global sangat penting untuk merumuskan kebijakan, mengelola keberagaman, dan menciptakan peluang bersama. Pelatihan AI untuk Mengoptimalkan Pemasaran UMKM di Kelurahan Bandar Kidul bertujuan untuk memaksimalkan strategi pemasaran produk serta meningkatkan daya saing para pelaku UMKM. Melalui program kerja ini, diharapkan para pelaku UMKM di Kelurahan Bandar Kidul mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, sehingga mereka dapat memperkuat daya saing, memperbanyak cakupan pasar secara signifikan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Toscany et al., 2024).

## II. METODE

Metode pelaksanaan pelatihan AI dilakukan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan umpan balik (feedback) sesuai dengan gambar di bawah:



a.      Persiapan

Tahap awal pelaksanaan pelatihan dan pendampingan masyarakat mencakup proses pendataan, wawancara dan pengenalan kegiatan. Kami terlebih dahulu melakukan pendataan jenis usaha guna memahami kebutuhan termasuk aspek sosial, ekonomi, dan budaya di wilayah tersebut. Selanjutnya, wawancara dilakukan dengan pemangku kepentingan setempat, seperti ketua, sekretaris, serta anggota kelompok UMKM, guna mengetahui tantangan yang dihadapi pelaku usaha dan memperoleh wawasan terkait kebutuhan mereka. Temuan dari pendataan dan wawancara ini menjadi dasar dalam merancang penyelesaian yang tepat serta merancang aktivitas pengabdian yang selaras dengan kondisi serta kepentingan mitra, sehingga program dapat terlaksana efektif dan memberi manfaat maksimal bagi masyarakat.

1)      Pendataan

Pendataan adalah teknik penghimpunan atau pengumpulan data dengan pendataan langsung kegiatan di UMKM tanpa mengganggu proses yang berlangsung (Reniati et al., 2024). Peneliti hadir di lokasi untuk memahami berbagai aspek operasional dengan melakukan pendataan langsung di lokasi UMKM tanpa intervensi kegiatan dan melakukan pendataan.

2)      Wawancara

Wawancara adalah teknik penghimpunan atau pengumpulan data secara langsung dengan pelaku UMKM, seperti pemilik usaha dan karyawan (Reniati et al., 2024). Tujuannya untuk menggali informasi yang lebih mendalam terkait pemahaman UMKM dalam penggunaan AI untuk mengoptimalkan pemasaran.

b.      Pelaksanaan

Pelaksanaan pelatihan kepada masyarakat melibatkan beberapa langkah utama yang disusun untuk memperluas wawasan dan keahlian komunitas melalui kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan.

1)      Sosialisasi

Tahap sosialisasi dilakukan untuk meningkatkan wawasan dan pemahaman para anggota komunitas UMKM mengenai urgensi usaha yang dijalankan, sekaligus mendorong mereka untuk terlibat secara aktif dalam kegiatan tersebut.

2) Pelatihan atau *workshop*

Pelatihan merupakan suatu proses pembelajaran yang bertujuan untuk mengembangkan keterampilan, wawasan, dan kompetensi seseorang dalam bidang tertentu (Hariyono et al., 2024). Para peserta menerima materi melalui sesi diskusi interaktif dengan narasumber serta praktik penggunaan teknologi melalui *handphone*. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta keahlian peserta dalam memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan.

c. Umpan Balik (Feedback)

Umpan balik (Feedback) adalah respon dari pelaku usaha UMKM, langkah-langkah yang akan diambil oleh mereka, serta harapan untuk masa depan. Kegiatan umpan balik ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana kesesuaian antara identifikasi awal pelaku UMKM dalam memanfaatkan kecerdasan buatan untuk meningkatkan pemasaran (Marisya, 2022).

Proses umpan balik ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana program pelatihan dan pendampingan yang dilakukan sesuai dengan identifikasi awal terhadap kebutuhan UMKM dalam menggunakan teknologi kecerdasan buatan untuk meningkatkan strategi penjualan mereka. Hal ini penting untuk memastikan bahwa program yang dijalankan benar-benar memberikan manfaat yang optimal dan sesuai dengan permasalahan serta kepentingan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pendataan dan wawancara yang dilakukan oleh mahasiswa KKN-T kelompok 46 terhadap UMKM di Kelurahan Bandar Kidul, tim merumuskan penyelesaian untuk memecahkan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha.

Permasalahan	Solusi	Luaran Kegiatan
Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam pemasaran masih belum optimal, serta keterampilan sumber daya	Program pelatihan dan bimbingan keterampilan dalam penerapan AI untuk strategi pemasaran.	Peningkatan wawasan dan pemahaman peserta mengenai strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi AI.

manusia di bidang tersebut masih terbatas.		
--	--	--

#### **Kegiatan KKN-T**

Kegiatan tim KKN-T untuk mengatasi masalah UMKM di Kelurahan Bandar Kidul antara lain:

**a. Hasil Persiapan**

Pada tahap persiapan pelatihan AI, tim kami melakukan serangkaian langkah-langkah. Pertama, kami mendatangi para pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Bandar Kidul untuk melakukan pendataan. Dalam kegiatan ini, kami mengumpulkan informasi terkait profil usaha, produk yang dijual, serta permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di wilayah tersebut.

Setelah melakukan pendataan, kami kemudian melakukan wawancara secara langsung dengan para pelaku UMKM yang akan menjadi sasaran utama dalam pelatihan ini. Melalui wawancara, kami berusaha menggali lebih dalam mengenai kebutuhan dan ekspektasi mereka terhadap pelatihan yang akan diberikan.

Pada tahap selanjutnya, kami menjelaskan salah satu program kerja kami, yaitu pelatihan AI bagi UMKM. Dalam penjelasan tersebut, kami memaparkan tujuan, manfaat, serta materi yang akan diberikan dalam pelatihan. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada para pelaku UMKM dalam mengoptimalkan pemasaran usaha mereka melalui pemanfaatan teknologi AI.

**b. Pelaksanaan**

1) Sosialisasi diawali dengan pemaparan mengenai tujuan serta manfaat program, kemudian dilanjutkan dengan presentasi terkait teknologi AI yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan pemasaran UMKM di Kelurahan Bandar Kidul. Selain itu, diadakan diskusi interaktif serta sesi tanya jawab guna merespons pertanyaan peserta dan mengatasi berbagai kekhawatiran yang mungkin muncul.

2) Setelah tahap sosialisasi, dilanjutkan dengan pelatihan yang berfokus pada penggunaan AI untuk UMKM. Pelatihan ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemasaran yang dihadiri oleh 16 peserta dari 30 undangan. Selain itu kegiatan ini juga bertujuan untuk memastikan bahwa peserta memiliki wawasan serta keterampilan yang cukup dalam memanfaatkan teknologi dengan optimal.

Teknis pelaksanaan pelatihan AI mencakup beberapa tahapan sebagai berikut:

a) Pembukaan Acara



*Gambar 3. 1 Pembukaan acara pelatihan AI*

Acara pelatihan dibuka secara resmi dengan sambutan dari panitia dan pemateri. Dalam sesi ini, peserta yang terdiri dari warga Bandar Kidul, pelaku UMKM, dan mahasiswa KKNT diperkenalkan dengan tujuan serta manfaat penerapan AI dalam pengembangan usaha.

b) Penyampaian Materi



*Gambar 3. 2 Penyampaian materi pelatihan AI*

Pemateri menjelaskan konsep dasar AI, bagaimana teknologi ini dapat membantu UMKM dalam meningkatkan efisiensi dan pemasaran, serta contoh penerapan AI yang relevan untuk bisnis kecil dan menengah. Selain itu, peserta diajarkan cara menggunakan platform asisten AI untuk pengusaha UMKM Indonesia seperti <https://karyawangratisan.com/>. Terdapat beberapa fitur yang tersedia dalam platform tersebut diantaranya:

- (1) **Pembantu UMKM Indonesia**, adalah asisten digital yang secara khusus dirancang untuk mendukung pelaku UMKM di Indonesia dalam menghadapi tantangan, menemukan kesempatan baru, dan membangun bisnis sesuai dengan potensi lokal. (Priyono, 2024)
- (2) **Asisten Keuangan UMKM**, adalah asisten digital yang dirancang untuk membantu pelaku UMKM di Indonesia dalam mengelola keuangan bisnis secara efisien dan berkelanjutan. Asisten ini memahami berbagai tantangan yang sering dihadapi, seperti keterbatasan modal, fluktuasi pasar lokal, serta pentingnya pencatatan keuangan yang akurat dan teratur. (Priyono, 2024)
- (3) ***Sales Manager* UMKM Indonesia**, adalah asisten digital pintar yang secara khusus dirancang untuk membantu pengusaha UMKM di Indonesia mencapai potensi terbaik mereka. Asisten ini memahami tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha, termasuk daya beli masyarakat, perbedaan UMR, dan tren bisnis di berbagai daerah. (Priyono, 2024)
- (4) ***Sosial Media* UMKM Pro**, adalah asisten digital pintar yang dirancang untuk membantu UMKM di Indonesia bersinar di media sosial. Asisten ini memahami tantangan yang dihadapi pengusaha lokal, mulai dari persaingan di platform digital hingga membangun audiens yang setia. (Priyono, 2024)
- (5) ***Konsultan Ide Bisnis***, adalah asisten digital pintar yang secara khusus dirancang untuk pelaku UMKM di seluruh Indonesia. Asisten ini membantu pengusaha menemukan ide bisnis yang inovatif, praktis, dan sesuai dengan kondisi lokal, mulai dari budaya, daya beli masyarakat, hingga ketersediaan sumber daya di daerah mereka. (Priyono, 2024)
- (6) **Rencana Bisnis UMKM**, adalah asisten digital yang dirancang untuk membantu pelaku UMKM di Indonesia dalam menyusun rencana bisnis yang terstruktur dan



strategis. Asisten ini memahami tantangan pasar lokal, tren konsumen, serta kebutuhan finansial usaha kecil. (Priyono, 2024)

c) Praktik ke *Audience*



*Gambar 3. 3 Praktik penggunaan AI*

Sesi praktik dilakukan untuk memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menggunakan alat berbasis AI. Peserta dilatih untuk menggunakan fitur-fitur AI dalam pembuatan konten pemasaran yang menarik, analisis pasar, dan optimalisasi strategi pemasaran digital.

d) Penutupan Acara



*Gambar 3. 4 Foto bersama pemateri, audience, serta mahasiswa KKN-T*

Acara ditutup dengan sesi foto bersama antara pemateri, peserta dari warga Bandar Kidul, serta mahasiswa KKNT yang turut mendampingi jalannya kegiatan. Momen ini menandai keberhasilan pelatihan dalam memberikan wawasan baru kepada peserta mengenai pemanfaatan AI untuk pengembangan usaha.

c. Umpan Balik (Feedback)

Setelah melakukan tahap persiapan melalui pengamatan dan wawancara, serta melaksanakan tahap sosialisasi dan pelatihan, kami kemudian menerima umpan balik (feedback) dari para peserta kegiatan. Beberapa umpan balik yang diperoleh antara lain:

1) Umpan Balik dari Pengamatan dan Wawancara

Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan dan wawancara dengan pelaku UMKM, tim pengabdian mendapatkan masukan bahwa para pelaku UMKM di Kelurahan Bandar Kidul memiliki antusias yang tinggi untuk mempelajari pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam mengoptimalkan aktivitas pemasaran. Namun, mereka masih memiliki pemahaman yang terbatas terkait potensi dan cara penggunaan AI tersebut. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka.

2) Umpan Balik dari Sosialisasi dan Pelatihan

Setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dan pelatihan, para peserta menyampaikan bahwa mereka memperoleh wawasan baru dan keterampilan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan strategi pemasaran melalui pemanfaatan teknologi AI. Selain itu, mereka juga menyampaikan perlunya pendampingan lebih lanjut untuk memastikan penerapan teknologi AI dapat dilakukan dengan efektif dan berkelanjutan.

Berdasarkan umpan balik yang diterima, kami menyimpulkan bahwa program pelatihan dan pendampingan telah berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Bandar Kidul. Namun, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan yang berkelanjutan untuk memastikan pemanfaatan teknologi AI dapat diterapkan secara optimal dan memberikan dampak yang signifikan bagi perkembangan usaha mereka.

#### IV. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan kecerdasan buatan (AI) untuk optimalisasi pemasaran UMKM di Kelurahan Bandar Kidul telah memberikan dampak positif bagi para pelaku usaha dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka terhadap teknologi digital. Melalui serangkaian tahapan, mulai dari pendataan, wawancara, sosialisasi dan pelatihan, peserta memperoleh wawasan mengenai manfaat AI dalam pemasaran, seperti penggunaan *chatbot*, analisis tren pasar, serta optimasi strategi

promosi. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa UMKM cukup mampu dalam memahami penggunaan AI. Hal ini nampak dari antusiasme pelaku UMKM saat praktik dalam acara pelatihan. Selain itu, pelatihan ini juga membuka peluang bagi UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan memperluas jangkauan pasar mereka. Meskipun masih terdapat tantangan misalnya terbatasnya sumber daya dan literasi digital, pendampingan yang berkelanjutan dapat menjadi solusi untuk memastikan implementasi AI secara maksimal. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Bandar Kidul mampu bersaing di era digital serta meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka secara berkelanjutan

#### **UCAPAN TERIMA KASIH [OPTIONAL]**

Kami mahasiswa KKN kelompok 46 mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pemerintah Kota Kediri, Dinas Penanaman Modal (DPM) Kota Kediri, Kecamatan Mojoagung, Kelurahan Bandar Kidul, dan seluruh warga Kelurahan Bandar Kidul atas dukungan, bimbingan, kerjasama, dan partisipasi aktif yang telah diberikan selama kami melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN). Kami menyadari bahwa keberhasilan KKN ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Semoga apa yang telah kami lakukan selama KKN dapat memberikan manfaat bagi masyarakat Kelurahan Bandar Kidul

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmad, Z. A., Kalis, A. I. R., Vanessa, D. S., & Wahyuningsih, D. T. (2024). Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI sebagai Bentuk Pemerataan Teknologi di Pulau Batam , Kepulauan Riau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 3(4), 1–15.
- Ahluwalia, L., Angelica, S., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Implementasi Artificial Intelligence Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Desa Hanura, Pesawaran. *COMMENT: Journal of Community Empowerment*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.33365/comment.v3i1.292>
- Budiningrum, E. W., Hartadi, A., Nugroho, N., & Purwanta. (2024). PROGRAM PENGENALAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK UMKM DENGAN Chat GPT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM. *HIKMAYO Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 32–48.
- Fahmi, S. (2024). Pemanfaatan Teknologi Ai Untuk Menunjang Pemasaran Produk Umkm Di Kota Malang. *BERDAYA EKONOMI : Jurnal Pengabdian Masyarakat*,

2(2), 91–103.

Haerani, R., Farida, R. D. M., Fitriani, H., Amaliah, A., Kurniati, D., & Ansor, A. S. (2024). PENDAMPINGAN PELATIHAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM OPTIMALISASI BISNIS UMKM KOTA CILEGON. *Minda Baharu*, 8(1), 58–69.

Hariyono, Andrini, V. S., & Aini, A. Z. (2024). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital Pada UMKM Griya Kreatif Deyalina untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 188–199.

Marisya, F. (2022). Pelatihan UMKM Pada Desa Sumber Rejo , Kabupaten Semarang , Jawa Tengah mengemukakan bahwa sektor UMKM memiliki peran yang sangat strategis bagi perekonomian Indonesia karena sektor ini merupakan salah satu sektor ekonomi yang berkontribusi besar bagi pem. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 1(4).

Muhardono, A., Sunarjo, W. A., Murty, D. A., Aji, S. B., & Sari, T. L. (2024). Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi Artificial Intellegence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1959–1968. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5108>

Pasaribu, L. N., Purba, M. I., Sri, W., Doloksaribu, A., Batubara, M., Praja, E., Panggabean, A., Endah, K., Ginting, N., & Lubis, N. W. (2024). Pemanfaatan AI untuk Desain Kemasan dan Pembuatan Logo Pada UMKM Kecamatan Sunggal. *Wahana Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4–9.

Priyono, A. (2024). *Karyawan Gratisan: Solusi Asisten AI Buat Pengusaha UMKM, 100% Gratis!*

Putro R, R. S., Maharani, A. P., Salsabila, F. F., Firnanda, P. D., Permatasari, I., Agustine, F., Amabel, P., Pradana, C., & Widodo, C. (2024). Pelatihan Ai Dan Canva Untuk Pemasaran Produk UMKM Di Dukuh Sutorejo Surabaya. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(1), 40–48.

Reniati, R., Nizarudin, A., & Bahri, A. (2024). PENGUATAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PLATFORM DIGITAL BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) PADA UMKM INDUSTRI KREATIF DI KELURAHAN TELADAN KECAMATAN TOBOALI. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 1987–1999.

- Sidi, A. P., Yogatama, A. N., & Anjaningrum, W. D. (2024). Pemanfaatan AI Dalam Branding dan Pemasaran UMKM. *JOMPA ABDI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(4), 155–163.
- Simamora, N., Syahreza, D. S., Rumapea, E. O., Silitonga, T. P., & Siboro, I. P. (2024). Pengaruh Strategi Pemasaran Berbasis Inovasi Teknologi Kecerdasan Buatan ( Ai ) Terhadap Daya Saing UMKM Pada Tey Craft Tembung. *Jurnal Ilmiah Kajian Multidisipliner*, 8(6), 223–229.
- Toscany, A. N., Setiawan, R., Husaein, A., Saputra, C., & Jambi, P. (2024). Workshop penggunaan ai dalam membangun kesadaran dan keterampilan pada pokdarwis di desa wisata kuala jambi provinsi jambi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA (JPMU)*, 3(2), 1–6. <https://doi.org/10.33998/jpmu.v3i2>