

Pelatihan Penggunaan Generative AI untuk Peningkatan Produktivitas dan Inovasi Bisnis UMKM

Lalang Saksono¹, Zulfahmi², Jonmaianto Sihombing³, Mega Devita Sari⁴, Syailendra Reza Irwansyah Rezeki⁵

¹Universitas Djuanda, ²Universitas Negeri Makassar, ³Institut Teknologi dan Bisnis Indobaru Nasional, ⁴Politeknik Negeri Banyuwangi, ⁵Politeknik Pariwisata Batam

e-mail: [1lalangsaksono@unida.ac.id](mailto:lalangsaksono@unida.ac.id), [2zulfahmi@unm.ac.id](mailto:zulfahmi@unm.ac.id), [3jonmaianto.sihombing@indobarunasional.ac.id](mailto:jonmaianto.sihombing@indobarunasional.ac.id), [4megadevita@poliwangi.ac.id](mailto:megadevita@poliwangi.ac.id), [5rezarizqy76@gmail.com](mailto:rezarizqy76@gmail.com)

Abstrak

Perkembangan teknologi Generative Artificial Intelligence (Generative AI) memberikan peluang strategis bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi kerja, serta inovasi bisnis di era transformasi digital. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami secara optimal pemanfaatan Generative AI untuk mendukung aktivitas usaha, seperti pembuatan konten promosi, penyusunan deskripsi produk, pengelolaan ide bisnis, pelayanan pelanggan, hingga perencanaan strategi pemasaran digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan Generative AI sebagai alat bantu produktivitas dan inovasi bisnis. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu identifikasi kebutuhan peserta, sosialisasi konsep dasar Generative AI, pelatihan penggunaan aplikasi berbasis AI, praktik langsung penyusunan konten bisnis, serta evaluasi pemahaman peserta melalui pre-test dan post-test. Materi pelatihan difokuskan pada pemanfaatan Generative AI untuk menghasilkan ide promosi, membuat caption media sosial, menyusun strategi pemasaran, merancang deskripsi produk yang menarik, dan mendukung pengambilan keputusan sederhana dalam pengelolaan usaha. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai fungsi, manfaat, dan penerapan Generative AI dalam kegiatan bisnis UMKM. Selain itu, peserta mampu menghasilkan berbagai output digital yang relevan dengan kebutuhan usaha masing-masing. Dengan demikian, pelatihan ini berkontribusi dalam mendorong literasi teknologi, peningkatan produktivitas, dan penguatan daya saing UMKM melalui pemanfaatan teknologi Generative AI secara praktis, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata kunci: Generative AI, UMKM, Produktivitas Bisnis, Inovasi Bisnis, Transformasi Digital.

Abstract

The development of Generative Artificial Intelligence (Generative AI) provides strategic opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve productivity, work efficiency, and business innovation in the era of digital transformation. However, many MSME actors still do not fully understand how to utilize Generative AI to support business activities, such as creating promotional content, preparing product descriptions, developing business ideas, managing customer service, and planning digital marketing strategies. This community service program aims to improve the knowledge and skills of MSME actors in using Generative AI as a tool to support productivity and business innovation. The implementation method consisted of several stages, namely identifying participants' needs, introducing the basic concepts of Generative AI, providing training on the use of AI-based applications, conducting hands-on practice in developing business content, and evaluating participants' understanding through pre-tests and post-tests. The training materials focused on the use of Generative AI to generate promotional ideas, create social media captions, develop marketing strategies, write attractive product descriptions, and support simple decision-making in business management. The results of the activity showed that participants experienced an improvement in their understanding of the functions, benefits, and applications of Generative AI in MSME business activities. In addition, participants were able to produce various digital outputs relevant to their respective business needs. Therefore, this training

contributes to promoting technological literacy, improving productivity, and strengthening the competitiveness of MSMEs through the practical, adaptive, and sustainable use of Generative AI technology.

Keywords: *Generative AI, Msmes, Business Productivity, Business Innovation, Digital Transformation.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar di semua sektor kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan bisnis [1]. Salah satu bentuk perkembangan teknologi yang mendapat perhatian luas adalah kecerdasan buatan generatif atau generative artificial intelligence, yaitu teknologi kecerdasan buatan yang dapat menghasilkan teks, gambar, ide, desain konten, dan strategi menjadi berbagai bentuk keluaran digital berdasarkan instruksi atau perintah tertentu. Keberadaan AI produktif memberikan peluang baru bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi kerja, mempercepat proses produksi konten, memperluas ide-ide inovatif, dan mendukung pengambilan keputusan dalam kegiatan bisnis [2]. Dalam konteks transformasi digital, kemampuan pelaku usaha untuk menggunakan teknologi ini menjadi salah satu faktor penting untuk meningkatkan daya saingnya, khususnya bagi pelaku usaha kecil menengah (UMKM) [3].

UMKM memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberadaan usaha kecil dan menengah tidak hanya membantu menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi penggerak perekonomian lokal melalui kegiatan produksi, distribusi, dan pemasaran produk [4]. Namun, UKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnisnya, terutama dalam hal produktivitas, inovasi produk, pemasaran digital, manajemen konten periklanan, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi. Banyak usaha kecil dan menengah yang masih menjalankan kegiatan usaha tradisional, sehingga proses pengelolaan bisnis, promosi produk, dan layanan pelanggan tidak terlaksana secara optimal [5]. Situasi ini mencerminkan perlunya peningkatan literasi digital dan keterampilan praktis agar UMKM dapat menggunakan teknologi secara lebih efektif [6].

Salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan sumber daya, baik dari segi waktu, tenaga, kemampuan teknis maupun biaya operasional [7]. Misalnya, dalam kegiatan pemasaran, seringkali sulit bagi usaha kecil dan menengah untuk membuat headline media sosial, mengumpulkan deskripsi produk yang menarik, merancang ide periklanan, membuat konsep periklanan, dan menentukan strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik konsumen [8]. Di sisi lain, persaingan usaha yang semakin kompetitif menuntut UMKM untuk lebih kreatif, tanggap, dan inovatif dalam memperkenalkan produk kepada masyarakat. Oleh karena itu, penggunaan artificial intelligence yang produktif dapat menjadi solusi alternatif terkait, karena teknologi ini dapat membantu UMKM menghasilkan ide dan konten bisnis dengan cepat, aktual dan sesuai kebutuhan [9].

AI produktif dapat digunakan untuk berbagai kegiatan usaha UMKM, seperti menyiapkan materi promosi, membuat deskripsi produk, mengembangkan ide kampanye pemasaran, merencanakan konten media sosial, menyiapkan informasi layanan pelanggan, dan mengembangkan inovasi produk [10]. Dengan kemampuan tersebut, pelaku UMKM dapat meningkatkan efisiensi kerja, karena beberapa proses kreatif dan manajemen dapat dibantu oleh teknologi. Selain itu, AI yang produktif juga dapat mendorong inovasi bisnis dengan memberikan ide alternatif, analisis kebutuhan pasar yang sederhana, dan saran untuk strategi periklanan yang lebih beragam. Pemanfaatan teknologi ini bukan untuk menggantikan peran manusia, melainkan sebagai alat yang dapat menumbuhkan kreativitas, efisiensi, dan kualitas keputusan bisnis.

Meski AI produktif memiliki potensi yang besar, namun tingkat pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi tersebut masih relatif terbatas.

Beberapa pelaku UMKM tidak mengetahui fungsi dasar AI yang produktif, bagaimana menyusun pedoman atau pedoman yang efektif, dan bagaimana mengintegrasikan keluaran AI ke dalam kebutuhan bisnis sehari-hari [11]. Selain itu, masih ada kekhawatiran tentang keakuratan informasi, etika penggunaan kecerdasan buatan, keakuratan konten, dan penerapan hasil keluaran serta identitas bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan AI yang produktif harus dibarengi dengan bimbingan, pelatihan, dan pelatihan yang tepat sasaran agar media kecil dan menengah tidak hanya dapat menggunakan teknologi, tetapi juga memahami keterbatasan, risiko, dan prinsip penggunaan AI secara bijak dan bertanggung jawab [12].

Berdasarkan isu tersebut, dilakukan kegiatan bakti sosial bertajuk "Pelatihan pemanfaatan artificial intelligence yang produktif untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi bisnis UMKM" untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM menghadapi tantangan bisnis digital [13]. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman konseptual dan keterampilan praktis kepada peserta dalam menggunakan artificial intelligence yang produktif untuk mendukung kegiatan usaha. Pelatihan dilakukan dengan memperkenalkan konsep dasar AI produktif, mendemonstrasikan penggunaan aplikasi berbasis AI, praktik pembuatan konten bisnis, dan mengevaluasi persepsi peserta sebelum dan sesudah tes. Melalui metode ini, peserta tidak hanya dapat memahami manfaat artificial intelligence yang produktif secara teori, tetapi juga menerapkannya secara langsung sesuai dengan kebutuhan bisnisnya masing-masing.

Kegiatan pengabdian ini sangat mendesak, karena transformasi digital UMKM tidak hanya bergantung pada ketersediaan teknologi, tetapi juga kesiapan sumber daya manusia dalam mengadopsi dan mengelola teknologi. Pelaku UMKM harus memiliki kemampuan untuk menggunakan AI yang produktif secara efisien, kreatif, dan berkelanjutan. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan dapat menghasilkan produk digital, seperti judul promosi, deskripsi produk, ide pemasaran, desain konten media sosial dan konsep inovasi bisnis, untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Oleh karena itu, kegiatan ini membantu meningkatkan literasi teknis, meningkatkan kapabilitas bisnis, dan mengembangkan inovasi UMKM di era digital.

Secara ilmiah, kegiatan bakti sosial semacam ini merupakan implementasi dari semacam teknologi dalam memecahkan permasalahan masyarakat dunia nyata khususnya pelaku UMKM. Pelatihan kecerdasan buatan yang produktif tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada peningkatan kemampuan komunitas dengan meningkatkan keterampilan fungsional. Melalui kegiatan ini, peserta UMKM diharapkan dapat mengoptimalkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional, inovasi pemasaran dan daya saing bisnis. Oleh karena itu, komitmen ini merupakan langkah strategis untuk mendukung UMKM yang memperkuat konsistensi, inovasi, dan dapat bertahan dalam dinamika ekonomi digital yang terus berkembang.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan Generative AI sebagai alat bantu peningkatan produktivitas dan inovasi bisnis. Kegiatan dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif-edukatif, yaitu pendekatan yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif dalam proses pelatihan, praktik, diskusi, dan evaluasi. Pendekatan ini dipilih karena pelaku UMKM tidak hanya membutuhkan pemahaman konseptual

mengenai teknologi Generative AI, tetapi juga keterampilan aplikatif yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap identifikasi kebutuhan peserta, tahap pelaksanaan pelatihan, tahap praktik dan pendampingan, tahap evaluasi, serta tahap tindak lanjut. Setiap tahapan disusun untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian dapat berjalan terarah, sesuai kebutuhan peserta, dan menghasilkan luaran yang relevan dengan pengembangan bisnis UMKM.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan langkah awal yang dilakukan oleh tim pelaksana untuk merancang kebutuhan kegiatan pengabdian. Pada tahap ini, tim melakukan penyusunan rencana kegiatan, penentuan sasaran peserta, penyusunan materi pelatihan, penyediaan perangkat pendukung, serta perancangan instrumen evaluasi. Materi pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan UMKM dalam menghadapi tantangan produktivitas dan pemasaran digital, khususnya terkait pembuatan konten promosi, penyusunan deskripsi produk, ide inovasi bisnis, serta strategi komunikasi pemasaran.

2. Tahap Identifikasi Kebutuhan Peserta

Tahap identifikasi kebutuhan dilakukan untuk memperoleh gambaran awal mengenai tingkat pemahaman, pengalaman, dan permasalahan yang dihadapi peserta dalam penggunaan teknologi digital. Identifikasi dilakukan melalui observasi sederhana, wawancara singkat, dan pengisian kuesioner awal. Aspek yang diidentifikasi meliputi kemampuan peserta dalam menggunakan media digital, pengalaman menggunakan aplikasi berbasis AI, kendala dalam membuat konten promosi, serta kebutuhan inovasi dalam pengembangan usaha.

3. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Tahap pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi secara langsung kepada peserta. Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep dasar Generative AI, fungsi dan manfaat Generative AI dalam bisnis UMKM, contoh penggunaan Generative AI untuk meningkatkan produktivitas, serta prinsip penggunaan AI secara bijak dan bertanggung jawab.

4. Tahap Praktik dan Pendampingan

Setelah peserta memperoleh pemahaman dasar, kegiatan dilanjutkan dengan praktik langsung penggunaan Generative AI. Pada tahap ini, peserta diminta untuk menggunakan aplikasi Generative AI dalam menghasilkan berbagai luaran bisnis, seperti caption promosi, deskripsi produk, ide konten media sosial, konsep slogan usaha, pesan layanan pelanggan, dan strategi pemasaran sederhana.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan Generative AI memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta belum memahami secara mendalam konsep Generative AI, manfaat penggunaannya, serta cara menyusun instruksi atau prompt yang efektif. Peserta umumnya hanya mengenal teknologi AI secara umum, tetapi belum mampu menghubungkannya dengan kebutuhan praktis dalam pengelolaan bisnis UMKM. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami bahwa Generative AI dapat digunakan sebagai alat bantu produktivitas untuk

menghasilkan ide konten, caption promosi, deskripsi produk, strategi pemasaran sederhana, slogan usaha, hingga pesan layanan pelanggan.

1. Peningkatan Pemahaman Peserta terhadap Generative AI

Pada tahap awal kegiatan, peserta diberikan pre-test untuk mengukur pemahaman awal mengenai Generative AI dan pemanfaatannya dalam bisnis UMKM. Hasil pre-test menunjukkan bahwa tingkat pemahaman peserta masih berada pada kategori sedang hingga rendah. Beberapa peserta belum mengetahui perbedaan antara AI secara umum dengan Generative AI, belum memahami cara kerja dasar teknologi tersebut, serta belum mengetahui bahwa aplikasi berbasis AI dapat digunakan untuk membantu pemasaran dan inovasi bisnis.

Setelah pelatihan dilaksanakan, peserta diberikan post-test dengan indikator yang sama untuk melihat peningkatan pemahaman. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan skor rata-rata peserta setelah mengikuti kegiatan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa penyampaian materi, demonstrasi aplikasi, serta praktik langsung mampu membantu peserta memahami fungsi dan manfaat Generative AI secara lebih konkret.

Tabel 1. Hasil Pre-Test dan Post-Test Pemahaman Peserta

No	Indikator Penilaian	Rata-Rata Pre-Test	Rata-Rata Post-Test	Peningkatan
1	Pemahaman konsep dasar Generative AI	58	84	26 poin
2	Pemahaman manfaat AI untuk UMKM	60	86	26 poin
3	Kemampuan menyusun prompt sederhana	52	83	31 poin
4	Pemahaman penggunaan AI untuk konten promosi	56	88	32 poin
5	Pemahaman etika penggunaan AI	55	82	27 poin
Rata-rata		56,2	84,6	28,4 poin

Berdasarkan Tabel 1, terjadi peningkatan rata-rata pemahaman peserta dari 56,2 pada saat pre-test menjadi 84,6 pada saat post-test. Peningkatan sebesar 28,4 poin menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan efektif dalam meningkatkan literasi peserta terhadap Generative AI. Indikator dengan peningkatan tertinggi terdapat pada kemampuan menggunakan AI untuk konten promosi dan kemampuan menyusun prompt sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa peserta lebih mudah memahami materi ketika diberikan contoh yang langsung berkaitan dengan kebutuhan usaha mereka.

2. Hasil Praktik Penggunaan Generative AI dalam Kegiatan Bisnis UMKM

Pada tahap praktik, peserta diarahkan untuk menggunakan Generative AI dalam menghasilkan berbagai luaran bisnis. Praktik dilakukan dengan memanfaatkan contoh produk atau jasa yang dimiliki oleh masing-masing peserta. Peserta diminta membuat prompt untuk menghasilkan caption promosi, deskripsi produk, ide konten media sosial, slogan usaha, serta strategi pemasaran sederhana.



Gambar 1. Hasil Praktik Penggunaan Generative AI

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan output digital yang lebih terstruktur, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan promosi. Sebelum pelatihan, sebagian peserta cenderung membuat kalimat promosi secara sederhana dan berulang, misalnya hanya mencantumkan nama produk, harga, dan nomor kontak. Setelah menggunakan Generative AI, peserta mampu mengembangkan narasi promosi yang lebih persuasif, menyesuaikan gaya bahasa dengan target konsumen, serta menghasilkan beberapa variasi konten dalam waktu yang lebih singkat.

3. Peningkatan Produktivitas dalam Pembuatan Konten Bisnis

Salah satu hasil penting dari kegiatan ini adalah meningkatnya efisiensi waktu dalam pembuatan konten bisnis. Sebelum mengikuti pelatihan, peserta membutuhkan waktu cukup lama untuk menyusun caption promosi, membuat deskripsi produk, atau menentukan ide konten media sosial. Keterbatasan ide dan kemampuan menulis menjadi kendala yang sering dihadapi pelaku UMKM, terutama bagi peserta yang belum terbiasa melakukan pemasaran digital secara aktif.



Gambar 2. Peningkatan Produktivitas

Setelah menggunakan Generative AI, peserta mampu menghasilkan beberapa alternatif konten dalam waktu yang lebih cepat. Teknologi ini membantu peserta memperoleh inspirasi awal, menyusun struktur kalimat, memilih gaya komunikasi, serta menyesuaikan pesan promosi dengan karakteristik produk. Dengan demikian, Generative AI berperan sebagai alat bantu yang dapat mempercepat proses kreatif tanpa menghilangkan peran manusia dalam melakukan penyuntingan dan penyesuaian.

4. Pemahaman Etika dan Batasan Penggunaan Generative AI

Selain aspek teknis, kegiatan pelatihan juga memberikan pemahaman mengenai etika dan batasan penggunaan Generative AI. Peserta diberikan penjelasan bahwa hasil keluaran AI tidak boleh digunakan secara mentah tanpa pemeriksaan. Konten yang dihasilkan perlu disesuaikan kembali dengan kondisi usaha, kebenaran informasi produk, bahasa promosi, serta nilai kejujuran dalam pemasaran. Hal ini penting karena penggunaan AI yang tidak bijak dapat menimbulkan risiko, seperti informasi berlebihan, klaim produk yang tidak sesuai, atau konten yang tidak mencerminkan identitas usaha.



Gambar 3. Pemahaman Etika dan Batasan Penggunaan AI

Peserta juga diarahkan untuk memahami bahwa Generative AI merupakan alat bantu, bukan pengganti sepenuhnya kreativitas dan keputusan manusia. Pelaku UMKM tetap perlu melakukan validasi, penyuntingan, dan penyesuaian hasil agar konten yang digunakan tetap autentik dan bertanggung jawab. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga membangun kesadaran kritis dalam menggunakan teknologi digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui Pelatihan Penggunaan Generative AI untuk Peningkatan Produktivitas dan Inovasi Bisnis UMKM telah terlaksana sebagai bentuk edukasi dan pendampingan teknologi digital bagi pelaku usaha. Pelatihan ini memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dasar Generative

AI, manfaat penggunaannya, teknik penyusunan prompt, serta penerapannya dalam aktivitas bisnis UMKM.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman setelah mengikuti pelatihan, yang terlihat dari peningkatan nilai rata-rata pre-test dan post-test. Peserta yang sebelumnya belum memahami secara optimal fungsi Generative AI mulai mampu menggunakan teknologi tersebut untuk mendukung kegiatan usaha, khususnya dalam pembuatan caption promosi, deskripsi produk, ide konten media sosial, slogan usaha, template layanan pelanggan, dan gagasan inovasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa Generative AI dapat menjadi alat bantu yang efektif dalam meningkatkan produktivitas kerja, mempercepat proses kreatif, dan memperkuat strategi pemasaran digital UMKM.

Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peningkatan keterampilan praktis peserta dalam menyusun instruksi atau prompt yang lebih spesifik, kontekstual, dan sesuai dengan kebutuhan bisnis. Kemampuan tersebut menjadi aspek penting karena kualitas keluaran Generative AI sangat bergantung pada kejelasan perintah yang diberikan oleh pengguna. Melalui praktik dan pendampingan, peserta tidak hanya mampu menghasilkan konten digital, tetapi juga memahami pentingnya melakukan validasi, penyuntingan, dan penyesuaian hasil AI agar tetap sesuai dengan identitas usaha serta prinsip etika dalam pemasaran.

Secara umum, pelatihan ini berhasil meningkatkan literasi teknologi, produktivitas konten, dan kemampuan inovasi bisnis pelaku UMKM. Pemanfaatan Generative AI terbukti relevan sebagai solusi praktis bagi UMKM yang memiliki keterbatasan waktu, tenaga, dan kemampuan teknis dalam mengelola promosi digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong UMKM agar lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, lebih kreatif dalam mengembangkan usaha, serta lebih kompetitif dalam menghadapi persaingan ekonomi digital. Keberlanjutan kegiatan dapat dilakukan melalui pendampingan lanjutan, penyediaan modul penggunaan Generative AI, dan monitoring penerapan teknologi dalam kegiatan bisnis peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Agit and S. Muharram, "Urgensi Integrasi Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Adaptabilitas dan Kinerja Bisnis di Era Digital," *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta*, vol. 2, pp. 1506-1519, Dec. 2024, Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://ojs.amikomsolo.ac.id/index.php/semnasa/article/view/763>
- [2] A. Djaini, R. Mersandro Permana, and T. Mahmudin, "Analisis Strategi Adaptif UMKM terhadap Integrasi Teknologi ChatGPT sebagai Instrumen Peningkatan Daya Saing Berkelanjutan dan Akselerasi Inovasi Bisnis di Era Transformasi Digital," *Jurnal Minfo Polgan*, vol. 14, no. 1, pp. 1015-1024, Jun. 2025, doi: 10.33395/JMP.V14I1.14959.
- [3] M. R. Y. Fahdillah, M. Kadar, I. Hassandi, and M. R., "Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, vol. 3, no. 1, Jan. 2024, doi: 10.33998/JUMANAGE.2024.3.1.1552.
- [4] R. S. Sianturi, A. R. Perdanakusuma, and B. S. Prakoso, "Optimalisasi Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Generatif Melalui Pelatihan Microsoft Copilot Untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa Di Kabupaten Trenggalek," *DIMASLOKA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Informasi dan Informatika*, vol. 4, no. 1, pp. 62-67, Jan. 2025, Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://dimasloka.ub.ac.id/index.php/dimasloka/article/view/41>

- [5] W. Andriyani, P. Talakua, L. Astria Milasari, and F. Noor Hasan, “Pelatihan Dasar Penggunaan Ai Generatif Untuk Membantu Produksi Konten Umkm,” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (Bhakti Jivana)*, vol. 2, no. 2, pp. 18–25, Aug. 2025, doi: 10.65055/BHAKTIJIVANA.V2I2.36.
- [6] T. P. Yoga, M. A. Arifudin, N. Alamsyah, I. A. Musadat, and N. K. Nazahah, “Memaksimalkan Peran Ai untuk UMKM,” *Bhakti Karya dan Inovatif*, vol. 6, no. 1, pp. 34–41, Feb. 2026, doi: 10.37278/BHAKTIKARYADANINOVATIF.V6I1.1478.
- [7] M. Zamzami and H. Arviani, “The Diffusion of AI Innovation by the UMKM Indonesia Community (@Umkmindonesiaofficial) in Digital Marketing Communication,” *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, vol. 4, no. 2, p. 619649, Jun. 2025, doi: 10.59713/JIPIK.V4I2.1285.
- [8] T. Setiadi, E. Siswanto, D. Kurniawan, and A. A. Aqham, “Smart Marketing Transformation: Optimalisasi Promosi Umkm Melalui Ai, Chatgpt, Dan Sistem Informasi Manajemen,” vol. 5, no. 1, pp. 147–162, Dec. 2025, doi: 10.51903/B279Z146.
- [9] F. Hidayat, J. Friadi, G. Sutjahjo, D. Putra Yani, M. Sigid Safarudin, and E. Desvazulinda, “Memaksimalkan Ai Untuk Bisnis Dan Produktivitas,” *Jurnal Pendekar Nusantara*, vol. 3, no. 2, pp. 63–68, Feb. 2026, doi: 10.37776/PEND.V3I2.2109.
- [10] A. Z. Julianti and H. Siregar, “Technopreneurship dan Transformasi Digital UMKM: Tinjauan Sistematis Tentang Penerapan Ai dalam Pengambilan Keputusan Bisnis,” *Infomatek*, vol. 28, no. 1, pp. 129–144, Apr. 2026, doi: 10.23969/INFOMATEK.V28I1.39288.
- [11] A. I. Sari, “Peran Desain Dan Strategi Bisnis Dalam Revolusi Industri Kreatif Berbasis Ai (Kreativitas Vs. Otomatisasi),” *SENADA (Seminar Nasional Manajemen, Desain dan Aplikasi Bisnis Teknologi)*, vol. 8, pp. 294–301, Apr. 2025, Accessed: May 15, 2026. [Online]. Available: <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/1014>
- [12] Z. Abidin *et al.*, “Integrasi Perangkat Kecerdasan Buatan dalam Program Pengabdian Masyarakat untuk Memperkuat Kompetensi Pemasaran Digital UMKM di Kota Semarang, Jawa Tengah,” *Jurnal Inovasi Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, vol. 5, no. 2, pp. 331–342, Oct. 2025, doi: 10.54082/JIPPM.929.
- [13] A. Rizaldi and I. Walhidayah, “Dampak Program EQUAL Berbasis Artificial Intelligence Co-Pilot terhadap Pemberdayaan Sosial-Ekonomi Pelaku UMKM,” *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, vol. 4, no. 3, pp. 3455–3464, Aug. 2025, doi: 10.31004/riggs.v4i3.2494.