

	Jurnal Abdimas Indonesia Berkarya	
	Vol. 01, No. 04, Juli 2025 Hal 142-148	E-ISSN : 3089-591X P-ISSN : 3089-6088
	https://ojs.gelcipnus.org/index.php/jaib	

Penerapan Teknologi Artificial Intelligence sebagai Strategi Promosi Digital pada Pelaku Usaha Mikro

Jondi Halomoan¹, Petrus Hasugian², Benedikta Hutasoit³

^{1,2,3} Sistem Informasi, Universitas AUDI Indonesia, Medan, Indonesia

Email: halomoanjon91@gmail.com¹, petrushsug@gmail.com², diktahutasoit95@gmail.com³

Article Info

Article history:

Received Juni 02, 2025

Revised Juni 22, 2025

Accepted Juni 26, 2025

Keywords:

Artificial Intelligence
Promosi Digital
Usaha Mikro
Pemasaran Digital
Teknologi AI
Peningkatan Penjualan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah memberikan perubahan besar terhadap pola pemasaran produk, khususnya pada pelaku usaha mikro yang dituntut mampu bersaing di era digital. Namun, masih banyak pelaku usaha mikro yang mengalami keterbatasan dalam membuat media promosi yang menarik, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku usaha mikro dalam memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) sebagai strategi promosi digital. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan sosialisasi, pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan penggunaan aplikasi berbasis AI untuk pembuatan konten promosi, desain produk, dan penulisan caption pemasaran. Peserta kegiatan terdiri dari pelaku usaha mikro yang bergerak di bidang kuliner, fashion, dan produk kerajinan lokal. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan teknologi AI mampu membantu peserta menghasilkan konten promosi yang lebih menarik, cepat, dan kreatif sehingga dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya transformasi digital dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan pelaku usaha mikro dapat memanfaatkan teknologi AI secara berkelanjutan untuk mendukung peningkatan penjualan dan pengembangan usaha di era digital.

ABSTRACT

The development of digital technology has brought about significant changes in product marketing patterns, particularly for micro-entrepreneurs, who are required to compete in the digital era. However, many micro-entrepreneurs still face limitations in creating attractive, effective, and market-relevant promotional media. This community service activity aims to improve the understanding and skills of micro-entrepreneurs in utilizing Artificial Intelligence (AI) technology as a digital promotional strategy. The activity was implemented through stages of socialization, training, hands-on practice, and mentoring in the use of AI-based applications for promotional content creation, product design, and marketing caption writing. Participants consisted of micro-entrepreneurs operating in the culinary, fashion, and local craft sectors. The results of the activity showed that the use of AI technology can help participants produce more attractive, faster, and more creative promotional content, thereby increasing the effectiveness of digital marketing. Furthermore, participants also gained a new understanding of the importance of digital transformation in expanding market reach and enhancing business competitiveness. Through this activity, it is hoped that micro-entrepreneurs can utilize AI technology sustainably to support increased sales and business development in the digital era.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan yang sangat besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk pada sektor ekonomi dan bisnis. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tetap bertahan dan bersaing di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Salah satu sektor yang sangat merasakan dampak perkembangan teknologi tersebut adalah usaha mikro[1]. Usaha mikro memiliki peran penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung perekonomian daerah[2]. Namun demikian, sebagian besar pelaku usaha mikro masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya, terutama dalam bidang promosi dan pemasaran produk. Promosi merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan pasar suatu usaha. Melalui promosi yang baik, produk yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga peluang terjadinya transaksi penjualan menjadi lebih besar[3].

Pada era digital saat ini, metode promosi mengalami perubahan yang cukup signifikan. Promosi tidak lagi hanya dilakukan secara konvensional melalui brosur, spanduk, atau pemasaran dari mulut ke mulut, tetapi juga melalui media digital seperti media sosial, marketplace, website, dan platform online lainnya[4]. Penggunaan media digital dinilai lebih efektif karena mampu menjangkau konsumen secara lebih luas, cepat, dan efisien. Meskipun peluang pemasaran digital sangat besar, masih banyak pelaku usaha mikro yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal[5]. Sebagian besar pelaku usaha mikro masih memiliki keterbatasan dalam membuat konten promosi yang menarik, memahami strategi pemasaran digital, serta menggunakan aplikasi pendukung promosi online[6]. Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia dan minimnya pengetahuan tentang teknologi juga menjadi hambatan dalam penerapan pemasaran digital[7]. Akibatnya, promosi yang dilakukan kurang maksimal sehingga produk yang dipasarkan sulit bersaing dengan produk lain yang telah memanfaatkan teknologi digital secara lebih modern[8].

Salah satu teknologi yang saat ini berkembang pesat dan mulai banyak digunakan dalam berbagai bidang adalah Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan[9]. Artificial Intelligence merupakan teknologi yang dirancang untuk meniru kemampuan manusia dalam berpikir, menganalisis, serta menyelesaikan suatu pekerjaan secara otomatis. Teknologi AI mampu membantu pengguna dalam berbagai aktivitas, seperti pembuatan desain, penulisan teks promosi, analisis data pelanggan, hingga pembuatan konten digital secara cepat dan efisien[10]. Kehadiran teknologi AI memberikan peluang baru bagi pelaku usaha mikro untuk meningkatkan kualitas promosi produk tanpa harus memiliki kemampuan desain atau pemasaran profesional[11]. Pemanfaatan AI dalam bidang promosi digital dapat dilakukan melalui berbagai aplikasi dan platform yang mudah digunakan. Teknologi ini dapat membantu pelaku usaha mikro membuat desain promosi yang menarik, menghasilkan caption pemasaran secara otomatis, membuat video promosi sederhana, hingga menentukan strategi pemasaran berdasarkan tren konsumen. Dengan bantuan AI, proses pembuatan konten promosi menjadi lebih cepat, hemat biaya, dan memiliki kualitas yang lebih baik[12]. Hal ini tentu menjadi solusi yang sangat membantu bagi pelaku usaha mikro yang memiliki keterbatasan modal dan sumber daya. Selain membantu dalam pembuatan konten promosi, penggunaan AI juga mampu

meningkatkan efektivitas pemasaran digital. Konten promosi yang menarik dan relevan dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan[13]. Media sosial sebagai salah satu sarana pemasaran digital juga dapat dimanfaatkan secara optimal dengan bantuan AI untuk menentukan waktu unggahan terbaik, memilih target pasar, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen[14]. Dengan demikian, penerapan teknologi AI tidak hanya membantu pelaku usaha dalam aspek kreativitas promosi, tetapi juga mendukung peningkatan penjualan dan daya saing usaha. Namun demikian, masih banyak pelaku usaha mikro yang belum memahami manfaat dan cara penggunaan teknologi Artificial Intelligence dalam kegiatan promosi digital. Sebagian pelaku usaha menganggap teknologi AI sebagai sesuatu yang rumit dan sulit digunakan. Padahal saat ini telah tersedia berbagai aplikasi berbasis AI yang sederhana dan mudah dipahami oleh pengguna pemula. Oleh karena itu, diperlukan adanya kegiatan edukasi, pelatihan, dan pendampingan kepada pelaku usaha mikro agar mampu memanfaatkan teknologi AI secara optimal dalam mendukung kegiatan promosi usaha mereka.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai penerapan teknologi Artificial Intelligence sebagai strategi promosi digital menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro dalam menghadapi perkembangan teknologi digital. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha diberikan pemahaman mengenai pentingnya promosi digital, pengenalan teknologi AI, serta praktik langsung penggunaan aplikasi AI untuk membuat konten promosi yang menarik dan kreatif[15]. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan tersebut, diharapkan pelaku usaha mikro mampu meningkatkan kualitas pemasaran produk dan memperluas jangkauan pasar secara lebih efektif. Selain memberikan manfaat dalam bidang pemasaran, penerapan AI juga dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya[16].

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada pelaku usaha mikro. Metode ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkan penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam kegiatan promosi digital secara mandiri. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Identifikasi Permasalahan
2. Tahap Persiapan
3. Tahap Sosialisasi dan Penyampaian Materi
4. Tahap Pelatihan dan Praktik Langsung
5. Tahap Pendampingan
6. Tahap Evaluasi

Melalui metode pelaksanaan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan keterampilan baru kepada pelaku usaha mikro dalam memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence sebagai strategi promosi digital yang efektif, kreatif, dan sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

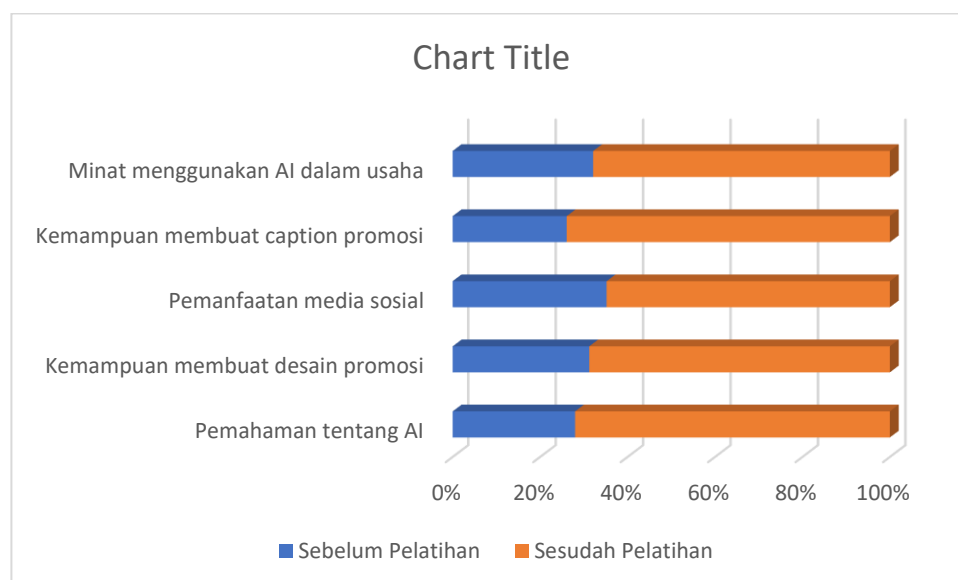
Hasil

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, diketahui bahwa sebagian besar peserta sebelumnya masih menggunakan metode promosi konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut, pemasangan spanduk, serta penggunaan media sosial secara sederhana tanpa strategi pemasaran yang terarah. Selain itu, peserta juga mengalami kesulitan dalam membuat desain promosi yang menarik karena keterbatasan kemampuan desain grafis dan minimnya pemahaman tentang teknologi digital. Pada tahap sosialisasi, peserta diberikan pemahaman mengenai perkembangan teknologi digital dan pentingnya penggunaan Artificial Intelligence dalam mendukung promosi usaha. Materi yang diberikan meliputi pengenalan AI, manfaat AI dalam pemasaran digital, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, serta contoh penerapan AI dalam pembuatan konten pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta sangat antusias mengikuti materi karena teknologi AI dinilai mampu membantu mempermudah kegiatan promosi usaha mereka.

Berikut adalah hasil evaluasi kemampuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan:

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kemampuan Peserta Sebelum Dan Sesudah Pelatihan

No	Aspek Penilaian	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
1	Pemahaman tentang AI	35%	90%
2	Kemampuan membuat desain promosi	40%	88%
3	Pemanfaatan media sosial	50%	92%
4	Kemampuan membuat caption promosi	30%	85%
5	Minat menggunakan AI dalam usaha	45%	95%



Gambar 1. Hasil Evaluasi Kemampuan Peserta Sebelum Dan Sesudah Pelatihan



Gambar 2. Foto bersama

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat adanya peningkatan yang cukup signifikan pada setiap aspek penilaian. Peningkatan terbesar terjadi pada pemahaman peserta mengenai teknologi AI dan minat peserta dalam memanfaatkan AI sebagai media promosi digital. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

Selain peningkatan kemampuan teknis, peserta juga mulai memahami pentingnya strategi pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan produk. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya menggunakan media sosial untuk mengunggah foto produk tanpa memperhatikan kualitas desain, penggunaan kata promosi, maupun target pasar. Setelah pelatihan, peserta mulai mampu membuat konten promosi yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Pembahasan

Penerapan teknologi Artificial Intelligence dalam kegiatan promosi digital memberikan manfaat yang cukup besar bagi pelaku usaha mikro. Teknologi AI membantu peserta menghasilkan media promosi secara lebih cepat, mudah, dan efisien. Sebelumnya, pembuatan desain promosi membutuhkan kemampuan khusus dalam desain grafis, namun dengan bantuan AI peserta dapat membuat desain menarik hanya dengan menggunakan template otomatis dan fitur pendukung lainnya.

Penggunaan AI juga membantu peserta dalam menyusun caption promosi yang lebih persuasif dan menarik perhatian konsumen. Caption yang sebelumnya dibuat secara sederhana kini menjadi lebih terstruktur dan memiliki nilai pemasaran yang lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa AI dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran pada pelaku usaha mikro. Selain itu, kegiatan ini juga meningkatkan kesadaran peserta mengenai pentingnya transformasi digital dalam dunia usaha. Pelaku usaha mikro mulai memahami bahwa penggunaan teknologi digital bukan lagi menjadi pilihan, tetapi telah menjadi kebutuhan dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin modern. Media sosial yang sebelumnya hanya digunakan sebagai sarana komunikasi kini mulai dimanfaatkan secara optimal sebagai media promosi dan pemasaran produk. Dalam pelaksanaan kegiatan, terdapat beberapa kendala yang dihadapi peserta, seperti keterbatasan perangkat teknologi, kurangnya

pengalaman menggunakan aplikasi digital, serta kemampuan penggunaan internet yang masih terbatas pada beberapa peserta. Namun, kendala tersebut dapat diatasi melalui pendampingan secara langsung dan praktik berulang selama kegiatan berlangsung. Pendekatan praktik langsung dinilai efektif karena membantu peserta lebih cepat memahami penggunaan aplikasi AI.

4. KESIMPULAN

Penerapan teknologi Artificial Intelligence (AI) sebagai strategi promosi digital memberikan dampak positif bagi pelaku usaha mikro dalam meningkatkan efektivitas pemasaran di era digital. Melalui pemanfaatan AI, proses promosi dapat dilakukan secara lebih cepat, tepat sasaran, dan efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Teknologi ini mampu membantu pelaku usaha dalam membuat konten promosi, menganalisis perilaku konsumen, menentukan target pasar, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan melalui berbagai platform digital.

Selain itu, penggunaan AI juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha mikro yang memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari segi biaya, waktu, maupun tenaga kerja. Dengan adanya fitur otomatisasi seperti pembuatan desain, penulisan caption, chatbot, hingga analisis data pemasaran, pelaku usaha dapat meningkatkan produktivitas dan memperluas jangkauan pasar tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar. Hal tersebut menjadikan AI sebagai solusi inovatif yang mampu mendukung daya saing usaha mikro di tengah perkembangan teknologi dan persaingan bisnis yang semakin ketat.

Secara keseluruhan, penerapan Artificial Intelligence dalam strategi promosi digital dapat menjadi langkah efektif untuk membantu pelaku usaha mikro meningkatkan penjualan, memperkuat branding, serta membangun hubungan yang lebih baik dengan konsumen. Oleh karena itu, pemahaman dan pemanfaatan teknologi AI perlu terus dikembangkan agar usaha mikro mampu beradaptasi dengan transformasi digital dan memanfaatkan peluang bisnis secara optimal.

REFERENSI

- [1] N. Rahmawati *et al.*, “Pemanfaatan Artificial Intelligence untuk Konten Pemasaran Digital dan Pelatihan Keuangan UMKM Berkah Desa Jepitu,” *Jurnal Altifani Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 1, pp. 1–8, Dec. 2025, doi: 10.59395/altifani.v6i1.917.
- [2] Syaiful Amrial Khoir and Maesaroh Maesaroh, “Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) untuk Pembuatan Konten Promosi Produk UMKM di Koperasi Syariah BMT Insan Mandiricabang Sukodono, Kabupaten Sragen,” *ASPIRASI : Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, vol. 3, no. 5, pp. 85–94, Sep. 2025, doi: 10.61132/aspirasi.v3i5.2239.
- [3] L. Budiarti, A. Devi Permata, I. Dhiyaulhayi Al-Lust, G. Pertiwi Koerunnissa, and A. Hilda Pertiwi, “PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS KECERDASAN BUATAN,” *Jurnal BUDIMAS*, vol. 7, no. 7, 2025.
- [4] M. I. Ashari, A. Choliq, and M. N. Fitrianto, “PEMANFAATAN META-ADS DAN OPTIMALISASI KONTEN IKLAN MENGGUNAKAN AI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM KELURAHAN PONDOK AREN,” *Jurmas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 1, pp. 33–39, May 2025.

- [5] D. Y. Liliana, R. E. Nalawati, N. Marcheta, and M. Huzaifa, "Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Digital Marketing: Transformasi UMKM di Kota Depok," *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, vol. 5, no. 2, 2025.
- [6] B. Uddin *et al.*, "Inovasi Pemasaran UMKM dengan Teknologi Artificial Intelligence (AI) pada UMKM Desa Warnasari, Kabupaten Bandung Marketing Innovation for MSMEs with Artificial Intelligence (AI) Technology for MSMEs in Warnasari Village, Bandung Regency," 2025.
- [7] N. Karmeliawati, K. Sandi, S. Khairunnisa, A. Rika Putri Mangawing, and D. Koperasi UMKM dan Perindustrian Kota Balikpapan, "PEMANFAATAN TEKNOLOGI KECERDASAN BUATAN DALAM PELATIHAN PEMASARAN DIGITAL BAGI PELAKU UMKM DI KOTA BALIKPAPAN Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman 4)," *MARTABE : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 9, no. 1, 2026, doi: 10.31604/jpm.v9i1.97-106.
- [8] A. Hamid *et al.*, "STRATEGI DIGITAL MARKETING PRAKTIS DENGAN KECERDASAN BUATAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI KABUPATEN BALANGAN," 2025.
- [9] S. Syidada, N. Indra Prasetya, and N. Wisnu Karyanto, "PENITI BANGSA Penguatan Promosi MATIQ Al-Uswah Banyuwangi Melalui Pelatihan Digital Marketing Berbasis AI Menggunakan Platform Media Sosial.," *Pemanfaatan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi bagi Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 50–57, Nov. 2025, doi: 10.30742/PENITI-BANGSA.v3i22025.869.
- [10] K. Amaliah *et al.*, "Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Polinela melalui Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI)," *Jurnal Indonesia Mengabdi*, vol. 6, no. 2, pp. 95–106, 2024, [Online]. Available: <https://journal.unuha.ac.id/index.php/JIMi/95>
- [11] I. Fauzi, D. O. E. Wanto, and M. Iqbal, "Optimalisasi Strategi Digital Marketing Umkm Dengan Memanfaatkan Kecerdasan Bisnis Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi Organisasi Masyarakat Pemuda Muhammadiyah Parung Panjang," *At-Ta'lim: Journal of Community Service*, vol. 1, no. 2, pp. 71–78, Dec. 2025.
- [12] A. M. R. Djong, T. Nugroho, K. Faskahariyanto, and S. Adinugroho, "Pelatihan Pemasaran Digital Melalui Konten Marketing Dan Tools Artificial Intelligence Bersama Gita Laras, Pancot, Tawangmangu," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Piksi Ganesha*, vol. 5, no. 2, pp. 620–632, Dec. 2025.
- [13] O. : Sefrialdi, R. Promaleissy, and D. Pratiwi, "Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Dalam Digital Marketing Dan Peranannya Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Mikro Food And Beverage Di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Umkm Rumah Lemon Pku)," *Jurnal Media Akademik (JMA)*, vol. 4, no. 1, pp. 3031–5220, Jan. 2026, doi: 10.62281.
- [14] H. Arief, C. Oktaviar, H. Nuryadi, E. Tama Putra Saratian, and S. Bernadetha Stephani, "Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelegence (Ai) Dalam Meningkatkan Penjualan Dan Sustainability Bisnis Umkm," *Jurnal Pengabdian Masyarakat (BESIRU)*, vol. 1, no. 6, pp. 335–342, Jun. 2024, doi: 10.62335.
- [15] S. Fahmi, "Pemanfaatan Teknologi Ai Untuk Menunjang Pemasaran Produk Umkm Di Kota Malang," May 2024. [Online]. Available: <https://jurnal.stiekma.ac.i>
- [16] T. Rochmadi, R. Wahyusari, J. Handoyo, I. Riadi, and M. Muchlas, "Peningkatan Kompetensi Digital Umkm Melalui Teknologi Kecerdasan Buatan Pada Komunitas Sedulur Bakul Jogomukti Sleman," *Jurnal Abdi Insani*, vol. 12, no. 10, pp. 5217–5224, Oct. 2025, doi: 10.29303/abdiinsani.v12i10.3138.