

DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) MELALUI SOSIALISASI PENGGUNAAN *PROMPT ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) BAGI PAGUYUBAN UMKM KELURAHAN KLAMPIS NGASEM

Yoga Maulana Ardiansah¹⁾, Gideon Setyo Budiwitjaksono^{2)*}, Syarifah Khairunnisa³⁾

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

¹⁾22013010094@student.upnjatim.ac.id, ²⁾gideon.ak@upnjatim.ac.id,
³⁾22013010019@student.upnjatim.ac.id

Histori artikel	Abstrak
<i>Received:</i> 30 Juli 2025	Permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu Paguyuban UMKM Kelurahan Klampis Ngasem, adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital, khususnya penggunaan Artificial Intelligence (AI), dalam mendukung promosi dan komunikasi usaha. Kondisi ini menyebabkan kualitas konten pemasaran kurang optimal dan pelaku UMKM sulit bersaing di era digital. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan praktis mitra dalam menggunakan Prompt AI sebagai alat bantu pembuatan konten promosi. Melalui metode sosialisasi, demonstrasi, dan praktik langsung yang diselenggarakan oleh Kelompok KKN 138 UPN Veteran Jawa Timur, peserta diperkenalkan pada konsep dasar Prompt AI serta cara mengaplikasikannya dalam aktivitas pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para pelaku UMKM mampu memahami penggunaan tools AI secara dasar dan menghasilkan konten promosi digital yang lebih menarik. Kesimpulannya, program ini berkontribusi pada percepatan digitalisasi UMKM serta dapat menjadi model pemberdayaan yang relevan bagi komunitas UMKM lainnya dalam menghadapi transformasi digital.
<i>Accepted:</i> 23 November 2025	
<i>Published:</i> 30 November 2025	
Kata Kunci: Artificial Intelligence, Digitalisasi, Prompt AI, UMKM	

Abstract. The main problem faced by the partner, the UMKM Association of Klampis Ngasem Village, is the low utilization of digital technology, especially Artificial Intelligence (AI), in supporting business promotion and communication. This limitation results in suboptimal marketing content and reduced competitiveness in the digital era. This community service activity aims to improve the partner's digital literacy and practical skills in using Prompt AI as a tool for creating promotional content. Through socialization, demonstrations, and hands-on practice conducted by KKN Team 138 of UPN Veteran Jawa Timur, participants were introduced to the basic concepts of Prompt AI and its application in marketing activities. The results show that participants were able to understand the basic use of AI tools and produce more engaging digital promotional content. In conclusion, this program contributes to accelerating UMKM digitalization and can serve as a relevant empowerment model for other UMKM communities in facing digital transformation.

Keywords: Artificial Intelligence, Digitalization, Prompt AI, UMKM

* Corresponding author: Gideon Setyo Budiwitjaksono (gideon.ak@upnjatim.ac.id)

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam membuka lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Kementerian Koperasi dan UKM menyatakan bahwa UMKM menyerap lebih dari 97% tenaga kerja dan menyumbang sekitar 60% dari PDB nasional. UMKM berkontribusi sangat signifikan pada perekonomian suatu wilayah dan menjadi upaya yang perlu mendapat perhatian seluruh masyarakatnya (Adviola et al., 2023; Budiwitjaksono et al., 2023).

Di tengah transformasi digital yang kian pesat, UMKM dituntut untuk beradaptasi dengan teknologi agar mampu bertahan dan bersaing di era global. Digitalisasi membantu pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis melalui platform digital, meningkatkan efisiensi operasional, serta memudahkan mereka menjangkau konsumen secara lebih luas (Adviola et al., 2023; Gading Wijaya et al., 2023; Natazya et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital menjadi elemen penting dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Aktivitas penjualan UMKM yang masih menjadi tumpuan dalam memperoleh keuntungan juga turut mengalami perubahan seiring perkembangan teknologi. Banyak UMKM yang mulai memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan proses pemasaran, layanan pelanggan, dan pendistribusian produk (Suyadi et al., 2018; Berlilana et al., 2020). Pelaku ekonomi kreatif telah mengubah cara promosi mereka dengan menggunakan media digital yang lebih efektif, relevan, hemat biaya, dan mudah dijangkau (Maulidah et al., 2022; Budiwitjaksono et al., 2022; Puspitasari et al., 2023).

Pertumbuhan ekonomi yang dipengaruhi oleh transformasi digital juga membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya. Menurut Ayem et al. (2024), elemen-elemen seperti modal, keterampilan manajemen, akses pasar, dan kebijakan pemerintah turut menentukan keberhasilan UMKM dalam beradaptasi terhadap digitalisasi. Kesiapan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi modern menjadi faktor penentu peningkatan daya saing.

Salah satu inovasi digital yang semakin banyak dimanfaatkan dalam strategi pemasaran UMKM adalah penggunaan Artificial Intelligence (AI). Teknologi AI digunakan untuk memahami perilaku konsumen, melakukan segmentasi pasar, menentukan positioning, hingga mendukung penyusunan copywriting dan konten pemasaran yang lebih efektif (Andriana et al., 2024). Pemanfaatan AI memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menghadapi pasar global yang semakin kompetitif (Nasution et al., 2025).

Implementasi AI dalam pemberdayaan UMKM juga mulai diterapkan di berbagai daerah, termasuk di Kelurahan Klampis Ngasem, Kota Surabaya. Pelaku UMKM di wilayah tersebut merupakan UMKM lokal yang masih memiliki keterbatasan pemahaman terkait pemanfaatan teknologi digital, khususnya prompt AI yang dapat digunakan dalam strategi digital marketing. Padahal, Ilham et al. (2025) menegaskan bahwa penggunaan prompt AI secara efektif dapat menghasilkan deskripsi produk, ide konten media sosial, slogan, dan copywriting iklan yang mendukung pertumbuhan usaha. Temuan Alamin et al. (2022), Fahmi (2024), dan Haryanto et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pelatihan digital membawa dampak positif terhadap peningkatan kemandirian dan kapasitas pemasaran UMKM.

Melihat kondisi tersebut, Kelompok Kuliah Kerja Nyata (KKN) 138 Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur menginisiasi kegiatan pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan edukatif berbasis teknologi. Program ini diwujudkan melalui sosialisasi dan pelatihan pemanfaatan Prompt Artificial Intelligence (AI) yang ditujukan kepada anggota Paguyuban UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem. Sebagian besar peserta merupakan pelaku usaha rumahan yang belum memiliki keterampilan digital memadai, sehingga pendampingan ini menjadi sangat relevan bagi kebutuhan mereka.

Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan tidak hanya memahami konsep dasar teknologi AI, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam pembuatan konten pemasaran digital, seperti deskripsi produk, slogan, caption media sosial, dan materi promosi lainnya. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan literasi digital, memperkuat kapasitas adaptasi teknologi, serta membantu UMKM lokal untuk dapat naik kelas dan terintegrasi dalam ekosistem ekonomi digital yang semakin kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan pendekatan partisipatif-edukatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran dan praktik langsung. Kegiatan dilaksanakan secara luring oleh Kelompok KKN 138 UPN Veteran Jawa Timur selama satu bulan pada Juli 2025 di Balai RW Kelurahan Klampis Ngasem, Kecamatan Sukolilo, Kota Surabaya. Pendekatan partisipatif dipilih agar peserta dapat memperoleh pengalaman belajar yang lebih aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan nyata pelaku UMKM.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

1. Perencanaan

Tahap perencanaan dimulai dengan kegiatan observasi dan wawancara melalui program *Ngobrol Santai* (Ngobras), yaitu agenda rutin Kelompok KKN 138 untuk menggali kebutuhan masyarakat. Melalui Ngobras, ditemukan bahwa sebagian besar anggota Paguyuban UMKM

belum memahami peran kecerdasan buatan (AI) dalam mendukung penyelesaian persoalan bisnis, khususnya pada aspek pemasaran digital. Berdasarkan temuan tersebut, tim KKN menyusun rancangan materi pelatihan mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence, terutama penggunaan prompt AI yang relevan bagi kebutuhan UMKM.

2. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam pengembangan usaha. Materi disampaikan mulai dari konsep dasar AI, pengenalan prompt AI, hingga contoh implementasinya dalam pembuatan konten digital seperti deskripsi produk, desain visual sederhana, perencanaan usaha, dan strategi promosi. Kegiatan berlangsung dalam bentuk presentasi edukatif, demonstrasi penggunaan tools berbasis prompt AI seperti ChatGPT, serta sesi praktik langsung yang memungkinkan peserta membuat konten pemasaran menggunakan perangkat yang disediakan secara bergantian. Untuk mendukung pemahaman peserta, tim juga menyiapkan lembar panduan berisi langkah-langkah penggunaan tools AI sehingga peserta dapat mengikuti proses dengan lebih mudah.

3. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan secara kualitatif melalui wawancara singkat dan pengamatan terhadap antusiasme peserta, kemampuan mereka dalam mengoperasikan aplikasi, serta kualitas konten digital yang dihasilkan selama sesi praktik. Data evaluasi dianalisis secara deskriptif untuk menilai peningkatan pemahaman dan keterampilan digital peserta setelah mengikuti pelatihan. Pendekatan evaluatif ini dirancang untuk memastikan kegiatan pengabdian bersifat aplikatif, memberdayakan, dan memberikan dampak nyata bagi masyarakat sasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Kelompok KKN 138 UPN Veteran Jawa Timur bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan penggunaan Artificial Intelligence (AI) bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Klampis Ngasem, Kota Surabaya. Program ini dirancang dengan pendekatan partisipatif-edukatif yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam proses pembelajaran dan praktik langsung, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teoretis, tetapi juga mampu menerapkannya dalam kegiatan usaha sehari-hari. Selama pelaksanaan kegiatan pada bulan Juli 2025, tim KKN mengintegrasikan seluruh aktivitas mulai dari identifikasi masalah,

sosialisasi, pelatihan praktis, hingga evaluasi hasil, yang disusun sesuai tiga tahapan metode, yaitu Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi.

1. Perencanaan

Tahap perencanaan diawali dengan *Focus Group Discussion* (FGD) sebagai strategi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem. FGD bertujuan memperoleh data terkait kebutuhan masyarakat dalam pemecahan masalah bisnis menggunakan teknologi, khususnya AI. Hasil FGD menunjukkan bahwa sebagian besar anggota paguyuban UMKM belum memahami konsep AI maupun penggunaannya dalam pemasaran digital, termasuk pembuatan digital brosur, desain produk, dan strategi promosi. Temuan ini menjadi dasar bagi tim KKN untuk menyusun rancangan materi pelatihan dan pendampingan AI yang relevan dengan kebutuhan nyata UMKM. Rancangan materi difokuskan pada pemanfaatan prompt AI melalui tools seperti ChatGPT untuk pembuatan konten, Canva untuk desain grafis otomatis, dan Copilot untuk perencanaan produk dan strategi promosi.



Gambar 1. Kegiatan Focus Group Discussion

2. Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan mencakup kegiatan sosialisasi, pemaparan materi, dan pendampingan praktis. Pemaparan materi dilakukan secara interaktif untuk memberikan pemahaman tentang konsep dasar AI, pemanfaatan prompt AI, dan implementasinya dalam bisnis UMKM. Materi disampaikan melalui presentasi edukatif, demonstrasi penggunaan tools AI, serta contoh penerapan praktis seperti pembuatan deskripsi produk, caption promosi, dan desain visual sederhana. Selanjutnya, tim KKN melakukan pendampingan personal kepada peserta agar mereka dapat langsung mempraktikkan penggunaan AI sesuai materi yang diberikan. Pada sesi praktik, peserta dibimbing membuat konten promosi digital secara

bergantian menggunakan perangkat yang disediakan, sambil menerima lembar panduan berisi langkah-langkah praktis.

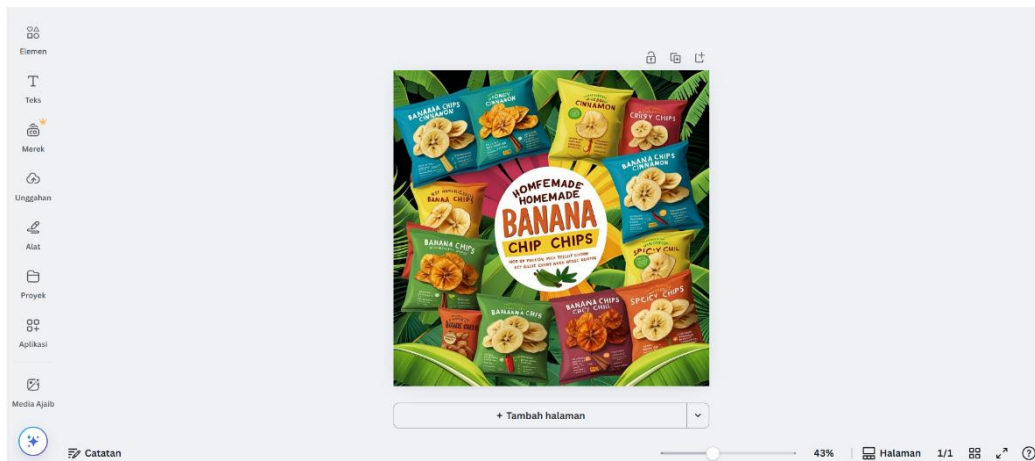


Gambar 2. Pemaparan Terkait *Artificial Intelligence*

Selain itu, pada tahap pelaksanaan juga dilakukan pembuatan media promosi menggunakan AI, di mana peserta berhasil membuat desain grafis untuk mendukung promosi produk UMKM. Desain grafis dibuat menggunakan Canva berbasis prompt AI, sehingga meningkatkan kualitas visual produk tanpa harus menyewa jasa desain profesional. Aktivitas ini membantu UMKM meningkatkan kualitas konten promosi, mempercepat proses pembuatan materi marketing, dan mengurangi biaya operasional.



Gambar 3. Pendampingan Penggunaan Prompt AI



Gambar 4. Pembuatan Desain Grafis AI

3. Evaluasi

Tahap evaluasi dilakukan melalui observasi langsung, wawancara singkat, dan dokumentasi kegiatan. Tim KKN menilai antusiasme peserta, kemampuan mereka dalam mengoperasikan tools AI, serta kualitas konten digital yang dihasilkan. Analisis deskriptif menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan digital peserta, di mana mayoritas peserta mampu membuat konten promosi sederhana dan menggunakan AI untuk mendukung kegiatan pemasaran mereka. Dokumentasi kegiatan juga berfungsi sebagai bukti pelaksanaan dan sebagai alat evaluasi keberhasilan kegiatan. Meskipun beberapa peserta masih memerlukan pendampingan tambahan, pendekatan berbasis praktik terbukti efektif dalam membuat peserta lebih familiar dengan teknologi AI dan mampu menerapkannya dalam kegiatan bisnis sehari-hari.



Gambar 5. Tim dan Peserta Kegiatan

Berdasarkan integrasi tiga tahapan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan literasi digital dan keterampilan penggunaan AI bagi pelaku UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem. Perencanaan melalui FGD memastikan materi relevan dengan kebutuhan masyarakat, pelaksanaan meliputi pemaparan materi dan pendampingan praktis yang meningkatkan keterampilan teknis, serta evaluasi melalui pengamatan dan dokumentasi menegaskan adanya dampak nyata dalam penerapan AI. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan pengalaman praktis yang membantu UMKM mengoptimalkan proses pemasaran, meningkatkan kualitas promosi, dan mendorong efisiensi operasional secara berkelanjutan.

Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kelurahan Klampis Ngasem, Kota Surabaya, menunjukkan bahwa pelaku UMKM di wilayah ini memiliki antusiasme tinggi terhadap pemaparan dan pendampingan penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam mendukung kegiatan usaha mereka. Transformasi digital membuka peluang inovasi baru, khususnya dalam bidang pemasaran, di mana pemanfaatan AI menjadi salah satu solusi yang efektif untuk meningkatkan kualitas konten digital dan efisiensi promosi (Abed et al., 2022; Alamin et al., 2022). Aktivitas pengabdian yang dilakukan oleh Kelompok KKN 138 UPN Veteran Jawa Timur melalui pemaparan materi, praktik penggunaan prompt AI, dan pendampingan langsung berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknologi ini, sehingga mereka mampu mengimplementasikan AI dalam operasional bisnis sehari-hari.

Salah satu bentuk pemanfaatan AI yang dikenalkan adalah prompt AI melalui tools seperti ChatGPT, Canva, dan Copilot. ChatGPT digunakan untuk menyusun konten promosi, deskripsi produk, dan caption media sosial dengan cepat dan mudah, sementara Canva membantu peserta membuat desain grafis berbasis perintah, dan Copilot mendukung perencanaan produk serta strategi pemasaran (Andriana et al., 2024; Fahmi, 2024; Haryanto et al., 2024). Hal ini sejalan dengan temuan Muhardono et al. (2024) bahwa penggunaan AI mampu mempercepat proses pembuatan konten digital, meningkatkan daya tarik promosi, dan mempermudah pelaku usaha dalam menyesuaikan konten dengan kebutuhan konsumen.

Kegiatan ini juga mendukung pemberdayaan UMKM berbasis digital, yang menurut Dewi et al. (2023) merupakan faktor penting dalam meningkatkan produksi, pemasaran, dan omzet usaha. Pendampingan langsung yang diberikan oleh tim KKN membantu peserta mengatasi kendala praktis dalam penggunaan AI, seperti pemilihan kata, pembuatan visual, dan strategi promosi digital. Dengan demikian, pendekatan berbasis praktik dan partisipatif ini tidak hanya memberikan pemahaman teoretis, tetapi juga pengalaman langsung dalam memanfaatkan teknologi untuk menyelesaikan masalah usaha.

Selain aspek teknis, pemanfaatan AI juga berdampak pada efisiensi operasional UMKM. Dengan kemampuan AI dalam mengotomatisasi proses pembuatan konten dan desain grafis, pelaku usaha tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan untuk jasa editing, sehingga sumber daya dapat dialokasikan untuk pengembangan usaha lainnya (Budiwitjacksono et al., 2022; Dana et al., 2023). Hal ini memberikan keuntungan kompetitif, terutama bagi UMKM yang memiliki keterbatasan modal dan tenaga kerja.

Dari sisi pemasaran, penggunaan AI memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar lebih luas melalui konten digital yang menarik dan tepat sasaran. Syukron et al. (2022) menekankan bahwa strategi pemasaran digital yang efisien sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM agar tetap kompetitif di era digital. Selain itu, Taufik dan Kurniawan (2023) menunjukkan bahwa AI dapat menyesuaikan konten promosi secara otomatis sesuai kebutuhan konsumen, sehingga UMKM dapat merespons tren pasar dengan cepat. Hal ini memperkuat relevansi penggunaan ChatGPT sebagai alat praktis untuk meningkatkan efektivitas pemasaran.

Dampak lain dari pengabdian ini adalah peningkatan literasi digital peserta. Sebelum pelatihan, banyak pelaku UMKM belum familiar dengan teknologi digital dalam pemasaran, termasuk pembuatan konten dan desain grafis. Melalui pemaparan materi, praktik langsung, dan pendampingan personal, peserta mulai mampu memanfaatkan AI secara mandiri untuk menyusun konten promosi, desain produk, dan strategi komunikasi bisnis (Ilham et al., 2025; Nasution et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian berhasil mendorong UMKM lokal untuk lebih adaptif terhadap transformasi digital.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya, penguatan kompetensi digital bagi UMKM melalui pelatihan berbasis teknologi terbukti meningkatkan daya saing dan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan pasar (Alamin et al., 2022; Abed et al., 2022; Berlilana et al., 2020). Pengalaman praktik yang diberikan oleh tim KKN, termasuk pembuatan konten promosi dan desain grafis berbasis AI, menjadi strategi efektif dalam memberdayakan UMKM, sekaligus menciptakan ekosistem belajar yang aplikatif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa penerapan AI melalui pemaparan, praktik, dan pendampingan memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM di Klampis Ngasem, Kota Surabaya. Tidak hanya membantu dalam aspek teknis pemasaran, tetapi juga mendorong inovasi, efisiensi, dan literasi digital peserta. Pendekatan partisipatif-edukatif yang diterapkan oleh tim KKN 138 menjadi model pemberdayaan yang efektif untuk UMKM lainnya dalam menghadapi era digital dan persaingan pasar yang semakin kompetitif (Ayem et al., 2024; Gading Wijaya et al., 2023; Aruja et al., 2022).

KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi penggunaan prompt AI ini memberikan dampak positif dalam mendukung digitalisasi UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem. Melalui pendekatan edukatif yang sederhana dan kontekstual, ibu-ibu pelaku UMKM dapat memahami konsep AI dan mulai menerapkannya untuk kebutuhan usaha mereka. Hal ini menjadi bukti bahwa transformasi digital bukan hanya milik pelaku usaha besar, tetapi juga dapat diakses dan diterapkan oleh komunitas lokal melalui pendampingan yang tepat. Dimasa akan datang, program seperti ini perlu dilanjutkan dengan kegiatan lanjutan berupa pelatihan lanjutan dan penyediaan fasilitas digital yang memadai. Selain itu, pembuatan digital grafis melalui bantuan AI menjadi jembatan baru bagi masyarakat Klampis Ngasem untuk menunjang penjualan produk bisnis UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Abed, M. Y., Maulidah, F., Madina, N. I., Fitriyah, R. H., Fikri, A., Syafitri, N. A., Soemarsono, R. P. D., Meilana, R., Muttaqin, G. I., Salsabila, N. Z., & Budiwitjaksono, G. S. (2022). Pelatihan kewirausahaan berbasis digital marketing pada UMKM di Kecamatan Lakarsantri: Praktik kuliah kerja nyata. *Jurnal Abdimas Patikala*, 1(4), 325–331.
- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022). Penguatan daya saing UMKM melalui pelatihan keterampilan teknologi di era Society 5.0. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112–126. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i2.1235>
- Andriana, D., Fadilah, J., & Widarti, W. (2024). Implementasi artificial intelligence (AI) dalam perancangan strategi komunikasi pemasaran produk UMKM. *J-Ika*, 11(2), 78–89. <https://doi.org/10.31294/kom.v11i2.23473>
- Aruja, S., Zarkasih, A., Nasution, S. L., Siregar, M. R., & Munthe, R. S. (2022). Strategi pemasaran produk di era digital pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159–164. <https://doi.org/10.54951/comsep.v3i2.282>
- Ayem, S., Kirana Putri, F., Nur Jannah, S., Rachma Hernindya, N., Yasinta Sarina Putri, M., & Chupertino Charol Dustyanto, J. (2024). Pengaruh penerapan e-commerce terhadap pendapatan UMKM: Tinjauan literatur sistematis. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 7(2), 35–43. <https://doi.org/10.30596/liabilities.v7i2.20535>
- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh teknologi informasi revolusi industri 4.0 terhadap perkembangan UMKM sektor industri pengolahan. *Matrix: Jurnal Manajemen Teknologi dan Informatika*, 10(3), 87–93. <https://doi.org/10.31940/matrix.v10i3.1930>

- Budiwitjaksono, G. S., Azzahra, N. U. S., Wijaya, A. O., Imtihani, E., Rosita, K. R., & Maulana, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Jasa Dalam Upaya Mendukung Peningkatan Perekonomian Pada UMKM Pemancingan Kelapa Gading Rembang. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 76–86. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i3.1909>
- Budiwitjaksono, G. S., Rachmawan, A. S., Yulianti, A. K., Putri, D. A., Putra, F. D. R., Arhofa, G. A., Zumarnis, H., Dewi, I. L., Cahyani, M. I., Putri, N. S., & Rukmana, S. (2022). Pengembangan pemasaran online melalui digital marketing dalam meningkatkan kewirausahaan UMKM di Kelurahan Bongkaran. *Jurnal Abdimas Patikala*, 1(4), 332–341. <https://etdci.org/journal/patikala/article/view/463>
- Dana, P. D., Pinkan, Y., Nuraini, F., Bahrossafa, A. G., Zulianti, R. K., & Witjaksono, G. S. B. (2023). Pendampingan digitalisasi marketing pada UMKM kue basah dan kue kering “Dapoer KAMWY” di Kelurahan Plosokerep. *Abdimas Berkarya: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*, 2(4), 157–162. <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i04.670>
- Dewi, S. W. K., Komalasari, Y., Sulastriningsih, R. D., Firmansyah, R., Mauliana, P., & Hunaifi, N. (2023). Pembinaan usaha rumahan keripik pangsit melalui bantuan modal dan pemberdayaan berbasis digital. *Jurnal Masyarakat Mengabdi Nusantara (JMMN)*, 2(4), 63–76. <https://doi.org/10.35931/aq.v14i1.342.1>
- Evangeulista, G., Agustin, A., Putra, G., & Pramesti, D. (2023). Strategi UMKM dalam menghadapi digitalisasi. *Jurnal Oikos-Nomos*, 16, 33–42. <https://doi.org/10.37479/jkeb.v16i1.20799>
- Fahmi, S. (2024). Pemanfaatan teknologi AI untuk menunjang pemasaran produk UMKM di Kota Malang. *BERDAYA EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 91–103. <https://doi.org/10.47201/berdaya.v2i2.208>
- Gading, S. F., Faulia Rahma, R., Bahrul Ulum, K., Setyo Budiwitjaksono, G., Marthina Rosyanti, D., & Abuzar Zuhri, M. F. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram untuk digital marketing pada UMKM bakso dan es campur “Family” di Kota Blitar. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v2i3.663>
- Haryanto, W., Rejeki, S., Oktiyani, R., & Pradiatiningtyas, D. (2024). Meningkatkan efisiensi konten UMKM melalui teknologi AI: Penerapan ChatGPT untuk pemasaran digital produk UMKM Kabupaten Sukoharjo. *Abdi Teknayasa*, 5(1), 353–358. <https://doi.org/10.23917/abditeknayasa.v5i2.7068>

- Ilham, B. U., Agunawan, A., & Ifani, A. Z. (2025). Peningkatan kapasitas pemasaran digital UMKM Sulawesi Selatan melalui workshop teknis kecerdasan buatan. *Jurnal Pustaka Mitra*, 5(2), 55–59. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v5i2.897>
- Muhardono, A., Sunarjo, W. A., Murty, D. A., Aji, S. B., & Sari, T. L. (2024). Pelatihan optimalisasi konten marketing menggunakan aplikasi artificial intelligence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1959–1968. <https://doi.org/10.33379/icom.v4i3.5108>
- Nasution, W. A., Shinta, D., Lubis, W., & Tinggi, S. (2025). Optimalisasi digital marketing berbasis AI untuk UMKM: Menjawab tantangan dan peluang di era 5.0. *Senashtek*, 3(1), 1279–1283.
- Natazya, A., Niza, N., Ramadhani, D., & Budiwitjaksono, G. S. (2024). Optimalisasi pemasaran digital UMKM: Workshop fotografi produk dengan teknik third of rule. *Media Pengabdian Kepada Masyarakat (MPKM)*, 3(1), 2962–8164.
- Suyadi, S., Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Upaya pengembangan usaha, mikro, kecil, dan menengah UMKM. *Jurnal Infoskop*, 1, 1–10.
- Adviola, T. F., Priyambudi, N. A., Husnul Khotimah, A. A., Erlushandy, D. P., & Budiwitjaksono, G. S. (2023). Sosialisasi digital marketing dan manajemen keuangan pada pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 111–120. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.388>