

Implementasi Artificial Intilience dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi UMKM Pondok Rajut Ummu Kabupaten Bengkalis

Rini Arvika Sari¹, Erma Domos², Risda Asfina³,

¹Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkalis, riniarvika@polbeng.ac.id

²Bisnis Digital, Politeknik Negeri Bengkalis, emmadom.os@gmail.com

³Bahasa Inggris, Politeknik Negeri Bengkalis, risdaasfina@polbeng.ac.id

Abstrak

Di era perkembangan teknologi yang terus maju, penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) dan *Digital Marketing* menjadi semakin penting dan relevan, termasuk bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penerapan teknologi AI oleh UMKM dapat memberikan berbagai keuntungan, mulai dari aspek pemasaran hingga peningkatan produktivitas dan efisiensi bisnis yang berdampak pada pendapatan. Salah satu manfaat utama penggunaan AI bagi UMKM adalah peningkatan efisiensi operasional dan produktivitas bisnis UMKM. Dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) untuk mengotomatisasi pekerjaan, maka waktu dan sumber daya yang dimiliki dapat ditempatkan pada kegiatan lain yang memiliki strategi yang lebih tinggi. Permasalahan terkait teknologi di Pondok Rajut Ummu antara lain adalah Pondok Rajut Ummu tidak memiliki SDM dibidang pemasaran, sehingga menyebabkan belum maksimalnya cara penjualan melalui e-marketing. Pada prakteknya, para pelaku UMKM terkendala dengan masih minimnya pengetahuan mereka terhadap AI dan Digital Marketing. Sebab selama ini literasi digital dan kualitas daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk melatih Pemanfaatan AI dan Penggunaan aplikasi digital marketing, Melalui pelatihan strategi promosi dengan menggunakan teknologi terkini, yaitu memanfaatkan AI dan *Digital Marketing* yang sudah menjadi tren dalam dunia usaha ini dapat meningkatkan kualitas SDM dengan membekali ilmu kepada UMKM untuk bersaing secara kompetitif menuju ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Artificial Intilience, Digital Marketing, Promosi

Abstract

In an era of continuous technological advancement, the use of Artificial Intelligence and Digital Marketing has become increasingly important and relevant, particularly for micro, small, and medium enterprises. The application of Artificial Intelligence technology by micro, small, and medium enterprises can provide various benefits, ranging from marketing aspects to increased productivity and business efficiency, ultimately impacting revenue. One of the main benefits of using Artificial Intelligence for micro, small, and medium enterprises is the enhancement of operational efficiency and productivity. By leveraging Artificial Intelligence to automate tasks, time and resources can be redirected to higher-level strategic activities. One of the technological challenges faced by Pondok Rajut Ummu is the lack of human resources in marketing, which has resulted in suboptimal electronic marketing sales strategies. In practice, micro, small, and medium enterprises operators are constrained by their limited knowledge of Artificial Intelligence and Digital Marketing. This is largely due to the low level of digital literacy and the inadequate skills of micro, small, and medium enterprises operators, which affects their ability to produce quality products. However, the majority of MSME actors are eager to implement digital business strategies for their business development. The goal of this

community service activity is to train participants in the utilization of Artificial Intelligence and the use of digital marketing applications. Through training on promotional strategies using the latest technology—specifically leveraging Artificial Intelligence and Digital Marketing, which have become trends in the business world—this initiative aims to enhance the quality of human resources by equipping micro, small, and medium enterprises with the knowledge needed to compete effectively in the creative economy.

Keywords: *Artificial Intelligence, Digital Marketing, Promotion*

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam peningkatan perekonomian daerah maupun perekonomian suatu negara.

UMKM juga merupakan kegiatan yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Peningkatan dan pemberdayaan UMKM saat ini mendapat perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, baik dari pemerintah, perbankan swasta, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga lainnya. Hal tersebut dilatar belakangi oleh besarnya potensi UMKM yang berperan dalam penyerapan tenaga kerja, menambah tenaga kerja dan jumlah unit usaha. Fungsi utama UMKM dalam menggerakkan ekonomi Indonesia yaitu: Pertama, UMKM sebagai penyedia lapangan kerja bagi jutaan orang yang tidak tertampung di sektor formal. Kedua, UMKM mempunyai kontribusi terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB). Ketiga, sektor UMKM sebagai sumber penghasilan devisa negara melalui ekspor berbagai jenis produk yang dihasilkan sektor ini.

Savitri et al. (2020) menyebutkan pemberdayaan UMKM bertujuan guna mewujudkan menjadi usaha yang mandiri, mampu menciptakan lapangan dimana dengan kondisi tersebut maka UMKM mampu berkontribusi terhadap pembangunan daerah, serta dapat mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang dan berkeadilan.

Kota Bengkulu memiliki UMKM yang lumayan berkembang, dan sudah banyak menghasilkan produk-produk dari pelaku usaha, antara lain UMKM produk rajut yang diberi nama “ Pondok Rajut Ummu” yang beralamat di Desa Senggoro, Kecamatan Bengkulu, Kabupaten Bengkulu.

Pondok Rajut Ummu merupakan komunitas ibu rumah tangga pengrajin rajut yang ada di Bengkulu dan didirikan oleh Ibu Mutri Yeni pada tahun 2022. Komunitas ini didirikan dengan tujuan ingin melestarikan usaha kerajinan rajut yang terbilang langka di Bengkulu,

Selain itu produksi rajut bisa menjadi sumber penghasilan bagi ibu-ibu rumah tangga. Produk yang telah dihasilkan sampai saat ini berupa Tas Santai, tas Pesta, Totebag, Tempat telur, Dompot, dan lainnya. Berikut dibawah ini adalah gambar pihak UMKM sedang merajut berbagai produk rajutan:



Gambar 1. Tim Pondok Rajut UMMU saat sedang merajut produk rajutan
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Adapun keterangan jumlah anggota tim rajut adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah anggota tim rajut

No	Keterangan	Jumlah
1	Ketua	1 Orang
2	Bendahara	1 Orang
3	Sekretaris	1 Orang
4	Anggota	15 Orang

Sumber: Data Olahan 2024

Berikut dibawah ini merupakan gambar produk rajut yang sudah diproduksi oleh pihak UMKM Pondok Rajut UMMU.



Gambar 2. Berbagai jenis produk rajut UMMU
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Di era perkembangan teknologi yang terus maju, penggunaan *Artificial Intelligence* (AI) menjadi semakin penting dan relevan, termasuk bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Penggunaan AI yang bertanggung jawab dan tidak disalahgunakan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM.

Penerapan teknologi *Artificial Intelligence* oleh UMKM dapat memberikan berbagai keuntungan, mulai dari aspek pemasaran hingga peningkatan produktivitas dan efisiensi bisnis yang berdampak pada pendapatan.

Salah satu manfaat utama penggunaan *Artificial Intelligence* bagi UMKM adalah peningkatan efisiensi operasional dan produktivitas bisnis UMKM. Dengan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) untuk mengotomatisasi pekerjaan, maka waktu dan sumber daya yang dimiliki dapat ditempatkan pada kegiatan lain yang memiliki strategi yang lebih tinggi. Dengan demikian, UMKM dapat fokus pada pengembangan strategi bisnis dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

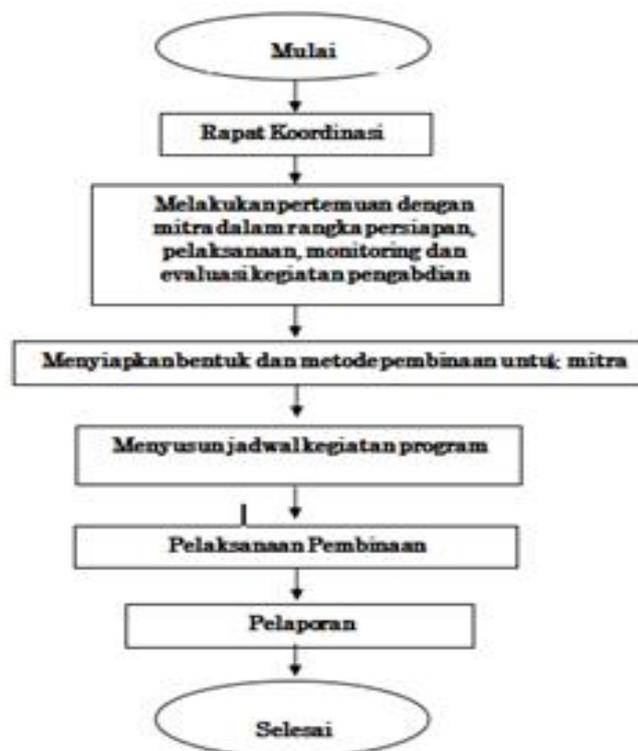
Teknologi saat ini berkembang pesat dan manfaat penggunaan internet telah dirasakan oleh penggunanya dan sebagian besar masyarakat sudah online, termasuk kegiatan perangkat mikro, kecil dan menengah. *Digital marketing* adalah riset pemasaran dan pemasaran media online digital melalui penggunaan berbagai metode, seperti media sosial. Ide *digital marketing* bagi konsumen adalah untuk dapat memasarkan produknya dari mana saja dan kapan saja secara online. Dimana beralih dari digital (*Offline*) ke digital (*Online*).

Permasalahan terkait teknologi di Pondok Rajut Ummu antara lain adalah Pondok Rajut Ummu tidak memiliki SDM dibidang pemasaran, sehingga menyebabkan belum maksimalnya cara penjualan melalui *e-marketing*. Pada prakteknya, para pelaku UMKM terkendala dengan masih minimnya pengetahuan mereka terhadap *Artificial Intilience* dan *Digital Marketing*. Potensi pemanfaatan AI dan *Digital Marketing* mengharuskan UMKM Pondok Rajut Ummu untuk melek teknologi. . Sebab selama ini literasi digital dan kualitas daya manusia para pelaku UMKM sangat minim, sehingga berdampak pada kurang maksimalnya dalam memproduksi produk unggulan masing-masing. Padahal, mayoritas pelaku usaha UMKM ingin mempraktikkan bisnis digital dalam pengembangan usahanya.

Berdasarkan latar belakang di atas tim pengusul tertarik untuk melakukan pengabdian dengan judul Implementasi Artificial Intilience Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi UMKM Pondok Rajut Ummu Kabupaten Bengkalis.

2. Metode Pelaksanaan

Diagram alir rencana kegiatan Pengabdian PNPB Polbeng 2024 dengan judul Implementasi Artificial Intilience Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi UMKM Pondok Rajut Ummu Kabupaten Bengkalis. ini dapat dilihat pada bagan alir berikut:



Gambar 3. Tahapan kegiatan pengabdian

Berdasarkan diagram alur diatas, maka dapat dijelaskan tahapan-tahapan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Rapat koordinasi tim
Sebelum mengusulkan program, Tim pelaksana melakukan pertemuan membahas program apa yang bisa diusulkan
2. Melakukan pertemuan dengan mitra dalam rangka persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi kegiatan pengabdian
3. Menyiapkan bentuk dan metode pembinaan dan pelatihan untuk mitra.
Rencana metode yang akan diberikan adalah dalam bentuk pembinaan
4. Menyusun jadwal kegiatan program
Untuk penyusunan jadwal ini disesuaikan dengan hasil kesepakatan mitra dan pihak penyelenggara
5. Pelaksanaan pelatihan
Dalam pelaksanaan pelatihan nantinya bisa dilakukan di tempat mitra dan diundang untuk hadir di tempat penyelenggara
6. Pelaporan
Setelah selesai kegiatan pembinaan dan pelatihan maka selanjutnya dibuatlah pelaporan sebagai bentuk pertanggungjawaban telah dilaksanakannya kegiatan kepada pihak P3M Polbeng.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan di Rumah Ketua UMKM Pondok Rajut UMMU di Jalan Antara, Bengkalis. Pada hari Sabtu, 03 Agustus 2024 Pukul 08.30 s.d selesai. Adapun peserta kegiatan berjumlah 22 orang yang terdiri atas Ketua UMKM Pondok UMMU beserta staf, Pelaku Usaha UMKM, Tim Pengabdian, Narasumber dan Mahasiswa Politeknik Negeri Bengkalis.

Untuk mencapai tujuan kegiatan yang diinginkan maka materi yang disusun disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan oleh mitra terkait tentang Artificial Intiligent dan Digital Marketing.

Dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi beberapa tahap, yaitu pemaparan oleh narasumber mengenai materi pentingnya Artificial Intiligent dalam menaikkan Visual Branding Produk lalu dilanjutkan dengan praktek pengambilan foto produk dengan menggunakan Smartphone lalu di edit dengan menggunakan aplikasi AI yaitu Photoroom, selanjutnya Narasumber menjelaskan tentang aplikasi digital Marketing yaitu Whats App Business dimana pada WA Business ini terdapat kelebihan membantu menjangkau pasar global dan menjadi platform online yang memudahkan jalinan komunikasi antara pemilik bisnis dan pelanggan. Setelah pelaku Usaha selesai membuat Wa Business, Foto Produk berupa tas-tas rajut yang sudah di edit menggunakan Photoroom di Unggah ke Katalog WA Business serta dibuat Deskripsi

Produknya. Berikut merupakan gambar tim pengabdian memaparkan materi mengenai AI dan Digital Marketing.



Gambar 4. Narasumber menjelaskan tentang Potoroom dan Whatsapp Business

Tim pengabdian juga memberikan bantuan berupa sepaket benang dan aksesoris rajut untuk pihak UMKM, Agar bisa digunakan untuk produksi rajutan.



Gambar 5. Penyerahan benang rajut dan aksesoris kepada pihak UMKM

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) dan Digital Marketing secara efektif. Dengan mengintegrasikan teknologi terkini ke dalam strategi bisnis mereka, para peserta dapat menerima beberapa manfaat antara lain:

1. Meningkatkan Efisiensi Operasional: Peserta akan belajar bagaimana menggunakan AI untuk mengotomatisasi berbagai proses bisnis, sehingga menghemat waktu dan sumber daya. Hal ini memungkinkan mereka untuk fokus pada kegiatan strategis yang lebih penting.
2. Memperkuat Strategi Pemasaran: Melalui pemahaman yang lebih baik tentang Digital Marketing, peserta akan dapat merancang kampanye pemasaran yang lebih efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas. Ini akan membantu meningkatkan visibilitas merek dan penjualan produk.
3. Meningkatkan Daya Saing: Dengan memanfaatkan AI dan Digital Marketing, UMKM akan mampu bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif. Pengetahuan ini akan memberikan mereka keunggulan dalam inovasi produk dan layanan.
4. Membangun Kualitas Sumber Daya Manusia: Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan keterampilan peserta, sehingga mereka lebih siap menghadapi tantangan di era digital. Ini juga akan berkontribusi pada peningkatan kualitas SDM di sektor UMKM.
5. Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif: Dengan mengadopsi teknologi yang tepat, UMKM diharapkan dapat berkontribusi lebih signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional, serta menciptakan lapangan kerja baru.



Gambar 6. Foto bersama Tim dan Pihak UMKM Pondok Rajut UMMU
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Melalui pelatihan ini diharapkan peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru, tetapi juga motivasi untuk

menerapkan teknologi dalam pengembangan usaha mereka, sehingga dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan sukses dalam dunia bisnis yang semakin digital.

4. Kesimpulan

Pelatihan tentang Artificial Intelligence (AI) dan Digital Marketing bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah berhasil mencapai tujuannya dengan baik. Peserta telah dibekali pengetahuan dan keterampilan yang relevan untuk memanfaatkan teknologi terkini dalam mengembangkan usaha mereka.

Melalui sesi pelatihan, para peserta memahami bagaimana AI dapat meningkatkan efisiensi operasional dan mengoptimalkan proses bisnis. Dengan memanfaatkan alat dan teknik Digital Marketing, mereka kini mampu merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, menjangkau audiens yang lebih luas, dan meningkatkan penjualan produk.

Lebih dari sekadar teori, pelatihan ini juga memberikan wawasan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam konteks bisnis masing-masing. Peserta menunjukkan antusiasme dan komitmen untuk menerapkan apa yang telah dipelajari, yang menjadi indikasi positif untuk pertumbuhan usaha mereka di masa depan.

Dengan peningkatan literasi digital dan keterampilan yang telah dicapai, diharapkan UMKM tidak hanya dapat bersaing di pasar lokal, tetapi juga berpotensi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Inisiatif ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi kreatif dan menciptakan lapangan kerja baru, serta mendukung keberlanjutan usaha di era digital.

Secara keseluruhan, pelatihan ini merupakan langkah penting menuju pemberdayaan UMKM, dan kami optimis bahwa peserta akan mampu mengimplementasikan ilmu yang didapat untuk mencapai keberhasilan yang lebih besar dalam usaha mereka.

5. Ucapan Terima Kasih

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Bengkalis yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik, Pihak UMKM pondok Rajut UMMU sebagai mitra dan Narasumber yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada peserta serta kepada semua pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan pengabdian ini.

6. Daftar Pustaka

- Ahmad, A. (2017). Mengenal Artificial Intelligence, Machine Learning, Neural Network, dan Deep Learning. *Jurnal Teknologi Indonesia*.
- Asiyah, S. N., & Fithriasari, K. (2016). Klasifikasi Berita Online Menggunakan Metode Support Vector Machine dan K- Nearest Neighbor. *Jurnal Sains dan Seni ITS Vol. 5 No. 2* , 317-322.
- Azwary, F., Indriani, F., & Nugrahadi, D. T. (2016). Question Answering System Berbasis Artificial Intelligence Markup Language sebagai Media Informasi. *Kumpulan jurnaL Ilmu Komputer (KLIK)* , 48-60
- Purwanto, Y. S., dan Veranita, M. (2018).
- Batu, R. L., Situngkir, T. L., Krisnawati, I., & Halim, S. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Online Purchase Decision Pada Platform Belanja Online Shopee. *Ekonomi & Bisnis*, 18(2), 144–152.
- Sholeh, M., Rachmawati, Rr. Y., dan Susanti, E. (2020).
- Clarisa, C. (2020). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Palembang). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>