Jati Emas (Jurnal Aplikasi Teknik dan Pengabdian Masyarakat)
Vol. 10 No. 4 Tahun 2026 – **e. ISSN: 2550-0821**
Dikirim: 05-10-2026, Diterima: 27-10-2026, Diterbitkan: 28-10-2026

Optimization of MSME Digital Promotion Through Artificial Intelligence Training and Mentoring in Mendalo Laut Village

Optimalisasi Promosi Digital UMKM Melalui Pelatihan dan Pendampingan *Artificial Intelligence* di Desa Mendalo Laut

Fauzan Ramli, Nisya Unnajah, Tiara Hikmatul Solehah, Lulu Liani, Kholifah Triapqorin, M. Syafi'i Ma'arif

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

Email: nisyaunnajah@gmail.com

Abstract - *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Mendalo Laut Village still face limitations in utilizing digital technology to support business identity development and promotion. This community service activity aimed to improve MSME actors' understanding and provide practical experience in utilizing Artificial Intelligence (AI), particularly ChatGPT, as a tool for developing ideas and creating digital promotional materials. The activity was conducted on July 15, 2026, at the Mendalo Laut Village Office Hall and involved 16 MSME actors engaged in food and service businesses. The methods included material presentation, discussion, hands-on practice, and mentoring. Participants were introduced to the use of ChatGPT for developing prompts and creating concepts for business logos, posters, banners, and product flyers. The results showed that participants were enthusiastic about the training and gained initial experience in utilizing ChatGPT to support digital promotion. Some participants were able to follow the practical activities with guidance, while others required more intensive assistance due to differences in digital skills. This activity served as an initial step in encouraging the use of AI to support more independent and sustainable digital promotion among MSMEs.*

Keywords: *Artificial Intelligence, ChatGPT, Digital Promotion, Training, MSMEs*

Abstrak – Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mendalo Laut masih menghadapi keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung pengembangan identitas usaha dan promosi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan memberikan pengalaman praktis kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan *Artificial Intelligence* (AI), khususnya ChatGPT, sebagai alat bantu dalam mengembangkan ide dan membuat media promosi digital. Kegiatan dilaksanakan pada 15 Juli 2026 di Aula Kantor Desa Mendalo Laut dan diikuti oleh 16 pelaku UMKM yang bergerak di bidang makanan dan jasa. Metode yang digunakan meliputi penyampaian materi, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan. Peserta diperkenalkan pada penggunaan ChatGPT untuk menyusun *prompt* serta mengembangkan konsep logo, poster, spanduk, dan *flyer* produk. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta antusias mengikuti pelatihan dan memperoleh pengalaman awal dalam memanfaatkan ChatGPT untuk mendukung promosi digital. Sebagian peserta mampu mengikuti proses praktik dengan arahan yang diberikan, sedangkan beberapa peserta lainnya masih memerlukan pendampingan lebih intensif karena perbedaan kemampuan digital.

Kata kunci: *Artificial Intelligence*, ChatGPT, Promosi Digital, Pelatihan UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data yang disampaikan Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian, UMKM mencakup sekitar 99% dari total unit usaha di Indonesia, berkontribusi sebesar 60,51% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, serta menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional [1]. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan pentingnya penguatan kapasitas UMKM agar dapat berkembang dan meningkatkan daya saing. Salah satu upaya yang dapat dilakukan ialah mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk, sehingga pelaku usaha memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkenalkan produknya kepada konsumen secara lebih luas.

Pemasaran digital memberikan kesempatan bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk melalui berbagai media, seperti media sosial, pamflet digital, dan konten promosi

lainnya. Meskipun demikian, pemanfaatan teknologi tersebut perlu didukung oleh kemampuan dalam menyusun pesan promosi dan menghasilkan materi visual yang sesuai dengan karakteristik produk [2]. Penguasaan teknologi saja belum cukup apabila pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan ide dan menyajikan informasi produk secara menarik. Dengan demikian, pengembangan keterampilan digital menjadi salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam mendukung pemasaran UMKM [3].

Salah satu teknologi yang berpotensi dimanfaatkan untuk mendukung proses tersebut adalah kecerdasan buatan (*artificial intelligence* atau AI). Teknologi ini dapat membantu pengguna mengembangkan ide, menyusun deskripsi produk, dan merancang konsep konten promosi. ChatGPT merupakan salah satu perangkat AI berbasis percakapan yang dapat digunakan untuk membantu proses pengembangan materi promosi melalui instruksi atau *prompt* yang diberikan pengguna [4]. Pemanfaatan teknologi ini berpotensi mempermudah tahap awal pembuatan konten, meskipun hasil yang diperoleh tetap perlu diperiksa dan disesuaikan dengan informasi serta kebutuhan usaha. Sejumlah kegiatan dan penelitian terdahulu juga telah membahas pemanfaatan teknologi serta pelatihan digital untuk mendukung pengembangan UMKM [5].

Permasalahan tersebut relevan dengan kondisi UMKM di Desa Mendalo Laut, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi. Berdasarkan observasi awal, pelaku UMKM di desa tersebut menjalankan usaha pada sektor makanan dan jasa dengan karakteristik usaha serta kemampuan pemanfaatan teknologi yang beragam. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya penguatan kapasitas promosi yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelaku usaha. Salah satu aspek yang perlu diperhatikan ialah pemanfaatan perangkat digital yang mudah diakses untuk membantu proses pengembangan materi promosi secara lebih terarah.

Selain ketersediaan perangkat, pemanfaatan AI juga memerlukan pemahaman mengenai cara menyampaikan instruksi yang sesuai agar hasilnya relevan dengan kebutuhan usaha [6]. Penelitian atau kegiatan terdahulu mengenai pemanfaatan teknologi digital dapat menjadi landasan dalam mengembangkan pendekatan pendampingan yang sesuai dengan karakteristik peserta. Dalam konteks UMKM, pengenalan teknologi perlu disertai pemahaman mengenai fungsi alat yang digunakan serta kemampuan untuk menilai dan menyesuaikan hasilnya, sehingga teknologi tidak sekadar digunakan, tetapi dapat dimanfaatkan sesuai kebutuhan promosi [7].

Sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya telah mengangkat penggunaan AI untuk mendukung *branding* digital, pembuatan foto produk, dan pengembangan materi promosi UMKM. Erwan [8] membahas pemanfaatan AI untuk membuat foto promosi, sedangkan Khoiril Mala et al. [9] mengangkat penggunaan teknologi AI dalam penguatan *branding* digital UMKM. Wijaya et al. [10] juga membahas integrasi AI dengan fotografi produk dalam pemberdayaan UMKM digital. Kegiatan-kegiatan tersebut memperlihatkan bahwa AI telah dimanfaatkan dalam berbagai bentuk pendampingan pemasaran. Oleh karena itu, kontribusi kegiatan ini tidak diletakkan pada klaim bahwa penggunaan AI untuk promosi merupakan hal baru, melainkan pada penerapannya dalam konteks UMKM Desa Mendalo Laut melalui pendekatan pengenalan dan praktik penggunaan ChatGPT. Kegiatan ini juga mendokumentasikan hasil praktik peserta sebagai gambaran penerapan teknologi tersebut dalam pengembangan media promosi pada konteks lokal.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan memperkenalkan pemanfaatan ChatGPT sebagai alat bantu dalam pengembangan media promosi UMKM di Desa Mendalo Laut. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman awal mengenai penggunaan AI untuk mendukung proses pembuatan materi promosi serta menjadi salah satu upaya penguatan kapasitas digital pelaku UMKM [11].

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui penyampaian materi, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan. Kegiatan dilaksanakan oleh mahasiswa KKN Rekognisi UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi dengan melibatkan Pemerintah Desa Mendalo Laut dan Rumah BUMN Jambi. Pelaksanaan kegiatan mencakup tiga tahap, yaitu pelatihan dan pendampingan, praktik dan evaluasi, serta pengumpulan dan analisis data.

Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dilakukan melalui penyampaian materi dan diskusi mengenai pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI), khususnya ChatGPT, untuk mendukung pengembangan media promosi UMKM. Materi mencakup pengenalan penggunaan ChatGPT dan penyusunan instruksi atau *prompt* sesuai kebutuhan promosi usaha.

Kegiatan ini memberikan dasar bagi peserta untuk mengikuti praktik penggunaan AI dalam pengembangan konsep media promosi.

Praktik dan Evaluasi

Praktik dilakukan dengan mengarahkan peserta menggunakan ChatGPT untuk mengembangkan konsep media promosi berdasarkan informasi produk atau jasa masing-masing. Pendampingan diberikan selama proses praktik sesuai kebutuhan peserta. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner untuk mengetahui persepsi peserta terhadap manfaat penggunaan AI dan jenis media promosi yang dipilih selama kegiatan.

Pengumpulan dan Analisis Data

Data kegiatan dikumpulkan melalui dokumentasi pelaksanaan, hasil praktik peserta, pengamatan selama pendampingan, dan kuesioner. Data kuesioner dianalisis secara deskriptif dengan menghitung jumlah dan persentase jawaban responden. Dokumentasi hasil praktik digunakan untuk menggambarkan media promosi yang dikembangkan peserta, sedangkan pengamatan selama pendampingan digunakan untuk mengidentifikasi kendala pelaksanaan. Analisis difokuskan pada proses kegiatan, hasil praktik, dan persepsi peserta, sehingga tidak digunakan untuk menyimpulkan peningkatan penjualan maupun dampak jangka panjang terhadap kinerja UMKM.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan melalui pelatihan digitalisasi UMKM dengan tema **"Langkah Cerdas UMKM *Go Digital*: dari Identitas Usaha hingga Promosi Digital".** Kegiatan berlangsung pada Rabu, 15 Juli 2026, di Aula Kantor Desa Mendalo Laut, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi. Kegiatan ini diselenggarakan oleh mahasiswa KKN Rekognisi Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi bekerja sama dengan Pemerintah Desa Mendalo Laut dan Rumah BUMN Jambi. Peserta kegiatan berjumlah 16 pelaku UMKM yang menjalankan usaha di bidang makanan dan jasa.

Pelatihan (Gambar 1-3) bertujuan memperkenalkan pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI), khususnya ChatGPT, untuk mendukung pengembangan identitas usaha dan promosi digital. Materi disampaikan oleh Iqbal Revianda, S.Kom., selaku fasilitator Rumah BUMN Jambi pada Divisi Digitalisasi dan Promosi. Materi mencakup pemanfaatan ChatGPT untuk mengembangkan ide, menyusun instruksi atau *prompt*, serta membuat konsep media promosi berupa logo usaha, pamflet, spanduk, dan konten promosi digital.



Gambar 1. Sesi Pembukaan Kegiatan

Setelah pembukaan, narasumber menyampaikan materi mengenai pemanfaatan AI dalam mendukung promosi usaha. Peserta diperkenalkan pada penggunaan ChatGPT sebagai alat bantu untuk mengembangkan ide dan menyusun konsep promosi berdasarkan karakteristik produk atau jasa masing-masing. Materi tersebut memberikan gambaran mengenai alternatif pemanfaatan teknologi AI dalam proses pengembangan media promosi UMKM.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Narasumber

Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi dan praktik langsung menggunakan telepon genggam masing-masing peserta. Peserta mencoba mengakses ChatGPT, memasukkan informasi mengenai usaha, serta menyusun *prompt* untuk mengembangkan konsep media promosi. Mahasiswa KKN mendampingi peserta dalam mengakses aplikasi, memasuk-kan informasi produk atau jasa, memperbaiki instruksi, dan menyesuaikan hasil dengan

kebutuhan usaha.



Gambar 3. Praktik dan Pendampingan Pemanfaatan ChatGPT

Selama praktik berlangsung, peserta menunjukkan kemampuan yang beragam dalam mengikuti tahapan penggunaan ChatGPT. Sebagian peserta dapat melanjutkan praktik dengan arahan yang diberikan, sedangkan sebagian lainnya masih membu-tuhkan pendampingan dalam mengoperasikan aplikasi dan menyusun instruksi. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendampingan yang mempertimbangkan kemampuan digital dan kebutuhan masing-masing pelaku UMKM dalam penerapan teknologi AI.

Hasil Praktik dan Evaluasi Pelatihan

Praktik pelatihan mencakup pengem-bangan konsep media promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha peserta (Gambar 4). Media yang dikembangkan meliputi logo usaha, pamflet atau *flyer* produk, spanduk atau *banner*, serta konten promosi digital lainnya. Penggunaan ChatGPT membantu peserta mengembangkan gagasan dan menyusun konsep awal media promosi berdasarkan informasi yang diberikan melalui *prompt.* Hasil praktik tersebut menggambarkan penerapan ChatGPT sebagai alat bantu dalam pengembangan konsep media promosi UMKM. Konsep yang dihasilkan tetap perlu ditinjau dan disesuaikan dengan karakteristik produk, identitas usaha, ketepatan harga, serta informasi yang akan disampaikan kepada calon konsumen sebelum digunakan dalam kegiatan pemasaran.

Evaluasi pascapelatihan dilakukan melalui kuesioner untuk mengetahui penilaian peserta terhadap manfaat penggunaan AI dalam membantu proses pembuatan media promosi usaha. Berdasarkan hasil kuesioner (Gambar 5) terhadap 16 responden, sebanyak 13 responden (81,3%) menilai penggunaan AI sangat membantu, sedangkan 3 responden (18,8%) menilai membantu.



Gambar 4. Contoh Hasil Praktik Pengembangan Media Promosi Peserta



Gambar 5. Penilaian Peserta terhadap Manfaat Penggunaan AI dalam Pembuatan Media Promosi Usaha

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh responden memberikan penilaian positif terhadap manfaat penggunaan AI dalam membantu proses pembuatan media promosi usaha. Sebagian besar responden memilih kategori sangat membantu. Temuan ini menggambarkan persepsi positif peserta terhadap pemanfaatan AI setelah mengikuti pelatihan. Meskipun demikian, hasil tersebut merupakan penilaian subjektif peserta dan tidak secara langsung menunjukkan peningkatan kemampuan digital, efektivitas pemasaran, atau kenaikan penjualan UMKM.

Evaluasi juga mencakup jenis media promosi yang dipilih peserta selama praktik. Pada pertanyaan ini, responden diperbolehkan memilih lebih dari satu jawaban sehingga jumlah pilihan dapat melebihi jumlah responden. Berdasarkan data kuesioner (Gambar 6), terdapat 39 pilihan media promosi. Pamflet atau flyer produk memperoleh 15 pilihan (38,5%), diikuti spanduk atau banner

sebanyak 12 pilihan (30,8%) dan logo usaha sebanyak 8 pilihan (20,5%). Sementara itu, konten promosi digital lainnya memperoleh 3 pilihan (7,7%), kategori lebih dari satu jenis media memperoleh 1 pilihan (2,6%), dan kategori belum berhasil membuat media promosi tidak memperoleh pilihan.



Gambar 6. Jenis Media Promosi yang Dipilih Peserta dalam Evaluasi Pascapelatihan

Pamflet atau *flyer* produk menjadi kategori dengan jumlah pilihan terbanyak, diikuti spanduk atau banner dan logo usaha. Temuan ini menggambarkan variasi jenis media promosi yang menjadi perhatian peserta dalam praktik pelatihan. Namun, banyaknya pilihan pada suatu kategori tidak dapat dijadikan dasar untuk menyimpulkan bahwa media tersebut lebih efektif dibandingkan media lainnya dalam meningkatkan pemasaran atau penjualan.

Secara keseluruhan, hasil praktik dan evaluasi memberikan gambaran mengenai penerimaan peserta terhadap pemanfaatan AI serta jenis media promosi yang dipilih selama pelatihan. Penggunaan ChatGPT dapat menjadi salah satu alternatif untuk membantu pengembangan ide dan konsep promosi. Agar hasilnya sesuai dengan kebutuhan usaha, peserta tetap perlu memeriksa ketepatan informasi dan menyesuaikan materi yang dihasilkan dengan identitas serta karakteristik produk atau jasa masing-masing.

Kendala Pelaksanaan dan Tindak Lanjut

Salah satu kendala yang ditemukan selama pelaksanaan praktik adalah perbedaan kemampuan peserta dalam menggunakan teknologi digital. Sebagian peserta dapat mengikuti tahapan praktik dengan arahan yang diberikan, sedangkan sebagian lainnya membutuhkan bantuan lebih intensif dalam mengakses aplikasi dan menyusun *prompt*. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengenalan teknologi AI bagi pelaku UMKM perlu disertai pendampingan yang disesuaikan dengan kemampuan peserta.

Selain itu, pengembangan konsep media promosi memerlukan informasi usaha yang jelas agar hasil yang diberikan ChatGPT sesuai dengan kebutuhan pengguna. Informasi mengenai produk atau jasa, karakteristik usaha, dan tujuan promosi perlu disampaikan melalui *prompt* secara tepat. Hasil yang diperoleh juga perlu diperiksa dan disunting untuk menghindari ketidaksesuaian informasi sebelum digunakan dalam pemasaran.

Berdasarkan kendala tersebut, kegiatan pendampingan berikutnya dapat diarahkan pada latihan menyusun *prompt*, pengembangan desain sesuai identitas usaha, serta pemeriksaan informasi sebelum media promosi dipublikasikan. Pelaku UMKM juga perlu memperoleh kesempatan untuk menerapkan keterampilan tersebut secara berkelanjutan dalam kegiatan promosi sehari-hari. Langkah tersebut merupakan rekomendasi tindak lanjut agar pemanfaatan AI tidak berhenti pada pengenalan teknologi, tetapi dapat disesuaikan dengan kebutuhan usaha.

Secara keseluruhan, pelatihan digitalisasi UMKM di Desa Mendalo Laut memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempraktikkan pemanfaatan ChatGPT dalam pengembangan konsep media promosi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap manfaat penggunaan AI, sedangkan hasil praktik memperlihatkan variasi jenis media promosi yang dipilih. Penerapan teknologi ini tetap memerlukan pemeriksaan hasil, penyesuaian dengan kebutuhan usaha, dan pendampingan yang berkelanjutan agar dapat dimanfaatkan secara tepat oleh pelaku UMKM.

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Mendalo Laut dilaksanakan untuk memperkenalkan pemanfaatan ChatGPT sebagai alat bantu dalam pengembangan media promosi UMKM. Pelaksanaan kegiatan melalui penyampaian materi, diskusi, praktik langsung, dan pendampingan memberikan kesempatan kepada peserta untuk mencoba menggunakan AI dalam mengembangkan konsep promosi usaha. Hasil praktik menunjukkan bahwa kegiatan menghasilkan beragam media promosi, sementara evaluasi melalui kuesioner menunjukkan bahwa 13 dari 16 responden (81,3%) menilai penggunaan AI sangat membantu dan 3 responden (18,8%) menilai membantu dalam proses pembuatan media promosi. Temuan ini menunjukkan bahwa peserta memberikan tanggapan positif terhadap pemanfaatan AI untuk mendukung pengembangan materi promosi. Namun, hasil

tersebut masih terbatas pada persepsi peserta dan dokumentasi praktik sehingga belum dapat digunakan untuk menyimpulkan peningkatan keterampilan digital, efektivitas pemasaran, maupun penjualan UMKM. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan diperlukan agar pelaku UMKM dapat mengoptimalkan pemanfaatan AI sesuai kebutuhan usahanya.

PENGHARGAAN

Penulis menyampaikan apresiasi dan terima kasih kepada UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi atas dukungan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan KKN Rekognisi. Penghargaan juga disampaikan kepada Bapak Fauzan Ramli, S.E., M.E. selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan sejak tahap persiapan hingga kegiatan selesai. Terima kasih turut disampaikan kepada Pemerintah Desa Mendalo Laut atas dukungan dan fasilitas yang telah diberikan selama kegiatan berlangsung. Apresiasi juga diberikan kepada Rumah BUMN Jambi, khususnya Bapak Iqbal Revianda, S.Kom., selaku fasilitator yang berkontribusi dalam penyampaian materi dan pelaksanaan pelatihan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM Desa Mendalo Laut yang telah mengikuti kegiatan dan berpartisipasi secara aktif selama proses pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

[1]. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, "Menko Airlangga: Pemerintah dukung bentuk kolaborasi baru agar UMKM Indonesia jadi bagian rantai pasok industri global," Jul. 22, 2024. https://ekon.go.id/publikasi/detail/5885/menko-airlangga-pemerintah-dukung-bentuk-kolaborasi-baru-agar-umkm-indonesia-jadi-bagian-rantai-pasok-industri-global

[2]. Prasetyo Budi Wicaksana et al., "Pelatihan pemanfaatan ChatGPT untuk meningkatkan literasi digital UMKM ibu-ibu PKK di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara," Jurnal Pelayanan Masyarakat, vol. 2, no. 4, 2025. https://doi.org/10.62951/jpm.v2i4.2702

[3]. Triana Dewi Salma et al., "Penguatan branding digital UMKM melalui pelatihan dan mentoring konten," Jurnal Masyarakat Madani Indonesia, vol. 5, no. 1, 2026. https://doi.org/10.59025/nrdk5x50

[4]. Ermina Toliang et al., "Pelatihan digital marketing dalam upaya meningkatkan pemasaran produk UMKM masyarakat di Kabupaten Sanggau," Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, vol. 4, no. 2, 2025. https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.3566

[5]. Andi Balqis Mutiara Asizah et al., "Pelatihan dan pendampingan pemasaran digital pada UMKM Mudeena Food di Kota Makassar," Jurnal Pengabd ian Masyarakat Multidisiplin, vol. 9, no. 1, 2025. https://doi.org/10.36341/jpm.v9i1.6778

[6]. Veronica Ellin et al., "Pembekalan promotional kit pada digital marketing menggunakan aplikasi Canva: Praktik pengabdian pada Café Oscar Pontianak," Jurnal Pengabdian Masyarakat Mentari, vol. 2, no. 5, 2025.

[7]. Henny Utarsih et al., "Strategi digital marketing pada UMKM di Desa Cipancar Kecamatan Leles, Kabupaten Garut," Karunia: Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia, vol. 5, no. 2, 2026.

[8]. Erwan Sastrawan Farid et al., "Pelatihan pembukuan sederhana berbasis pendekatan partisipatif untuk penguatan literasi keuangan UMKM Intan Permata Desa Matansala," AKM: Aksi Kepada Masyarakat, vol. 7, no. 1, 2026. https://doi.org/10.36908/akm.v7i1.1714

[9]. Iva Khoiril Mala et al., "Pemanfaatan teknologi AI untuk meningkatkan branding digital UMKM di Kabupaten Malang," AKM: Aksi Kepada Masyarakat, vol. 6, no. 1, 2025. https://doi.org/10.36908/akm.v6i1.1489

[10]. Ayudhia Ratna Wijaya et al., "Integrasi AI multibahasa dan fotografi produk dalam pemberdayaan UMKM digital," Jurnal Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Undana, vol. 19, no. 2, 2025. https://doi.org/10.35508/jpkmlppm.v19i2.24058

[11]. Asep Supriadi, "Pemberdayaan masyarakat melalui program pelatihan keterampilan digital marketing berbasis komunitas pelaku UMKM di Kota Serang," Jurnal Pengabdian Masyarakat (PENGAMAS), vol. 1, no. 1, 2024. https://doi.org/10.62207/w0sg1b59