

Pemberdayaan Masyarakat melalui Literasi Digital dan AI untuk Kemandirian Ekonomi

Muhamad Chaerul Iman¹, Najwa Zalianty Safitri², Sri Yani Lestari³

^{1,2,3} Universitas Pamulang, Pamulang, Indonesia

ABSTRACT - The rapid development of digital technology and Artificial Intelligence (AI) has created opportunities to improve community economic competitiveness; however, their utilization remains limited. This community service program aimed to enhance participants' understanding of digital literacy, AI applications, and digital marketing strategies to support economic self-reliance. The program was implemented through three stages: preparation, implementation, and evaluation, using educational sessions, demonstrations, discussions, and question-and-answer activities. Data were collected through observation, documentation, and discussions, while program outcomes were analyzed using a descriptive qualitative approach. The results indicated that participants improved their understanding of digital literacy, recognized the potential of AI applications to support business activities, and gained practical knowledge of digital marketing and branding strategies. Overall, the program strengthened participants' readiness to adapt to digital transformation. Future programs should provide continuous mentoring and advanced training to optimize the implementation of digital technology and AI in community business development.

ABSTRAK - Perkembangan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) membuka peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan daya saing usaha, namun pemanfaatannya masih terbatas. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai literasi digital, pemanfaatan AI, serta strategi pemasaran digital guna mendukung kemandirian ekonomi. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi dengan metode penyuluhan, demonstrasi, diskusi, dan tanya jawab. Evaluasi dilakukan melalui observasi, dokumentasi, dan diskusi, sedangkan data dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memahami pentingnya literasi digital, mengenal pemanfaatan berbagai aplikasi AI untuk mendukung usaha, serta memperoleh wawasan mengenai strategi pemasaran dan branding digital. Kegiatan ini berkontribusi dalam meningkatkan kesiapan masyarakat menghadapi transformasi digital. Ke depan, diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar pemanfaatan teknologi digital dan AI dapat diterapkan secara optimal dalam pengembangan usaha masyarakat.

Vol. 2 No. 2 (2026): Juni
pp. 96–103

Corresponding Author

Muhamad Chaerul Iman
iman28530@gmail.com

Article History

Submitted: 22 Juni 2026
Reviewed: 23 Juni 2026
Accepted: 25 Juni 2026
Published: 27 Juni 2026

Keywords

Digital Literacy; Artificial Intelligence (AI); Community Empowerment; Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs); Economic Self-Reliance.

Kata Kunci

Literasi Digital; Artificial Intelligence (AI); Pemberdayaan Masyarakat; UMKM; Kemandirian Ekonomi.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam aktivitas ekonomi, komunikasi, pendidikan, dan pengembangan usaha. Pemanfaatan internet, media sosial, marketplace, serta berbagai aplikasi berbasis teknologi telah menjadi bagian penting dalam meningkatkan produktivitas dan daya saing masyarakat. Di sisi lain, perkembangan Artificial Intelligence (AI) semakin mempercepat transformasi digital dengan menghadirkan berbagai perangkat yang mampu membantu pekerjaan secara lebih efektif, efisien, dan inovatif. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), teknologi digital dan AI memberikan peluang untuk memperluas pasar, meningkatkan kualitas pemasaran, mempercepat pelayanan kepada pelanggan, serta mendukung pengambilan keputusan berbasis data.

Meskipun demikian, tidak semua masyarakat memiliki kemampuan yang memadai dalam memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut. Mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini adalah masyarakat RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, yang terdiri atas pelaku UMKM, anggota Karang Taruna, dan masyarakat umum. Berdasarkan hasil observasi awal dan komunikasi dengan pengurus lingkungan, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi mitra. Pertama, pemanfaatan teknologi digital masih didominasi untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan sehingga belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana pengembangan usaha. Kedua, sebagian besar pelaku UMKM belum memahami strategi pemasaran digital, pengelolaan identitas merek (branding), maupun pemanfaatan marketplace untuk memperluas jangkauan pemasaran. Ketiga, perkembangan teknologi AI yang sangat pesat belum diikuti dengan peningkatan pengetahuan masyarakat mengenai cara menggunakan berbagai aplikasi AI secara produktif dalam mendukung kegiatan ekonomi. Kondisi tersebut menyebabkan daya saing usaha masyarakat masih relatif terbatas dibandingkan dengan pelaku usaha yang telah menerapkan transformasi digital.

Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital tidak lagi hanya berorientasi pada kemampuan menggunakan perangkat teknologi, tetapi juga pada kemampuan memanfaatkan teknologi secara produktif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan suatu program pemberdayaan yang mampu meningkatkan pengetahuan sekaligus keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dan AI secara praktis sesuai kebutuhan usaha. Solusi yang dirancang dalam kegiatan PKM ini dilakukan melalui pendekatan edukatif dan partisipatif yang meliputi sosialisasi, penyuluhan, pelatihan, demonstrasi penggunaan aplikasi, serta diskusi interaktif. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan pengalaman belajar yang lebih aplikatif sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam aktivitas usaha sehari-hari.

Pelaksanaan program ini didukung oleh berbagai kegiatan pengabdian dan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital memberikan dampak positif terhadap perkembangan usaha masyarakat. Penelitian oleh (Rany et al., 2025) menjelaskan bahwa literasi digital merupakan kemampuan individu dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan informasi digital secara efektif dan bertanggung jawab. (Susilowati et al., 2025) juga menyatakan bahwa peningkatan literasi digital menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan adaptasi pelaku UMKM terhadap perubahan lingkungan bisnis berbasis teknologi. Selain itu, (Rauf et al., 2024) menjelaskan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan memperkuat daya saing usaha



mikro. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, (Priyanto et al., 2025) menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berkontribusi terhadap peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam mempromosikan produk serta meningkatkan omzet usaha. Sementara itu, (Amaliah et al., 2024) mengemukakan bahwa pemanfaatan teknologi AI memberikan peluang baru bagi UMKM untuk menghasilkan konten promosi, melakukan analisis pasar, meningkatkan pelayanan pelanggan, serta mengoptimalkan strategi pemasaran digital secara lebih efisien.

Secara teoritis, kegiatan ini didasarkan pada konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan peningkatan kapasitas individu agar mampu mengenali, mengembangkan, dan memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk mencapai kemandirian. Pemberdayaan masyarakat tidak hanya berkaitan dengan peningkatan pengetahuan, tetapi juga penguatan keterampilan, perubahan pola pikir, dan peningkatan kemampuan mengambil keputusan dalam menghadapi perubahan lingkungan. Dalam konteks ekonomi digital, literasi digital menjadi kompetensi dasar yang memungkinkan masyarakat memanfaatkan teknologi informasi secara efektif, sedangkan transformasi digital merupakan proses perubahan aktivitas ekonomi melalui integrasi teknologi digital dalam seluruh proses usaha. Kehadiran AI semakin memperkuat proses tersebut karena mampu membantu berbagai pekerjaan, mulai dari penyusunan konten pemasaran, desain promosi, komunikasi dengan pelanggan, hingga analisis kebutuhan pasar secara lebih cepat dan efisien. Dengan demikian, integrasi antara literasi digital, transformasi digital, dan AI menjadi fondasi penting dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian ekonomi masyarakat.

Program PKM ini memiliki nilai tambah dibandingkan kegiatan literasi digital yang umumnya hanya berfokus pada penggunaan media sosial atau pemasaran digital secara konvensional. Inovasi yang ditawarkan terletak pada integrasi materi literasi digital dengan pemanfaatan berbagai aplikasi AI yang mudah diakses oleh masyarakat, seperti ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI. Peserta tidak hanya memperoleh pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital, tetapi juga memperoleh pengalaman praktis mengenai pemanfaatan teknologi AI untuk menyusun konten promosi, meningkatkan kualitas branding, mengembangkan strategi pemasaran digital, serta mendukung pengelolaan usaha secara lebih efektif. Pendekatan ini diharapkan mampu mempercepat adaptasi masyarakat terhadap perkembangan teknologi sekaligus meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan peluang ekonomi digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya literasi digital dalam mendukung aktivitas ekonomi; (2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital dan berbagai aplikasi AI untuk mendukung pengembangan usaha; (3) memperkuat kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi pemasaran dan branding digital; serta (4) mendorong terwujudnya masyarakat yang lebih adaptif, produktif, dan mandiri secara ekonomi melalui pemanfaatan teknologi digital dan Artificial Intelligence.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 23 Mei 2026, pukul 15.30–17.30 WIB di UKKT RW 011, Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Metode pelaksanaan dirancang menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif dengan



tujuan meningkatkan pemahaman serta keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan literasi digital dan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung pengembangan usaha dan kemandirian ekonomi.

Rancangan kegiatan dilaksanakan dalam beberapa tahapan yang saling berkesinambungan. Tahap pertama adalah tahap persiapan, yang meliputi observasi lapangan, identifikasi kebutuhan mitra, koordinasi dengan pengurus lingkungan, penyusunan materi, serta penyiapan sarana dan prasarana kegiatan. Tahap kedua merupakan pelaksanaan kegiatan yang terdiri atas penyampaian materi melalui sosialisasi, penyuluhan, demonstrasi penggunaan berbagai aplikasi AI, diskusi interaktif, dan sesi tanya jawab. Materi yang diberikan mencakup pentingnya literasi digital, transformasi digital bagi UMKM, strategi pemasaran dan branding digital, serta praktik pemanfaatan berbagai aplikasi AI, seperti ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI dalam mendukung kegiatan usaha. Tahap terakhir adalah evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan serta memperoleh masukan sebagai dasar perbaikan program pada kegiatan selanjutnya.

Mitra dalam kegiatan ini adalah masyarakat RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, yang terdiri atas pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), anggota Karang Taruna, serta masyarakat umum. Sasaran kegiatan dipilih karena berdasarkan hasil identifikasi awal masih ditemukan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, pemasaran berbasis media digital, serta penggunaan aplikasi AI untuk mendukung aktivitas ekonomi dan pengembangan usaha.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi sebelum kegiatan, observasi selama pelaksanaan kegiatan, dokumentasi, pencatatan kehadiran peserta, serta evaluasi melalui sesi diskusi dan tanya jawab. Observasi awal digunakan untuk mengidentifikasi kondisi mitra dan menentukan materi yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Selama kegiatan berlangsung, tim pengabdian melakukan pengamatan terhadap tingkat partisipasi, keterlibatan peserta dalam diskusi, kemampuan peserta dalam memahami materi, serta respons yang diberikan selama demonstrasi penggunaan aplikasi AI. Evaluasi pada akhir kegiatan dilakukan melalui diskusi terbuka dan penyampaian umpan balik dari peserta mengenai manfaat kegiatan yang telah diikuti.

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar observasi, daftar hadir peserta, materi presentasi berbasis slide, perangkat multimedia sebagai media penyampaian materi, dokumentasi kegiatan berupa foto, serta panduan diskusi dan daftar pertanyaan evaluasi. Instrumen tersebut digunakan untuk mendukung proses pelaksanaan kegiatan sekaligus memperoleh informasi mengenai tingkat ketercapaian tujuan pengabdian kepada masyarakat.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil observasi, dokumentasi, serta hasil evaluasi selama kegiatan dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan secara deskriptif. Evaluasi capaian kegiatan dilakukan dengan membandingkan kondisi peserta sebelum dan sesudah kegiatan berdasarkan tingkat partisipasi, peningkatan pemahaman terhadap materi literasi digital dan AI, kemampuan peserta dalam mengidentifikasi peluang pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan usaha, serta antusiasme peserta selama mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menilai efektivitas pelaksanaan program sekaligus menjadi dasar penyusunan rekomendasi bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN



1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2026 di UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan dengan sasaran pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), anggota Karang Taruna, serta masyarakat umum. Pelaksanaan kegiatan berlangsung sesuai dengan rancangan yang telah disusun, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

Tahap pelaksanaan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya literasi digital sebagai fondasi pengembangan usaha di era transformasi digital. Selanjutnya, peserta memperoleh materi mengenai strategi pemasaran digital dan branding usaha melalui pemanfaatan berbagai aplikasi Artificial Intelligence (AI), seperti ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI. Penyampaian materi dilakukan melalui metode penyuluhan, demonstrasi, diskusi interaktif, dan tanya jawab sehingga peserta dapat memahami materi sekaligus memperoleh gambaran mengenai penerapan teknologi digital dalam kegiatan usaha.

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Hal tersebut terlihat dari keterlibatan aktif peserta dalam diskusi, banyaknya pertanyaan yang diajukan kepada narasumber, serta partisipasi peserta pada saat demonstrasi penggunaan berbagai aplikasi AI. Berdasarkan hasil observasi tim pengabdian, kegiatan berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan dan mendapat respons positif dari peserta.

2. Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan secara kualitatif melalui observasi selama pelaksanaan kegiatan, dokumentasi, serta diskusi dan tanya jawab pada akhir kegiatan. Evaluasi difokuskan untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan pengabdian berdasarkan pemahaman peserta, partisipasi selama kegiatan, serta respons terhadap materi yang diberikan. Hasil evaluasi pelaksanaan kegiatan berdasarkan observasi, diskusi, dan sesi tanya jawab disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Pelaksanaan Kegiatan.

Aspek yang Dievaluasi	Hasil Observasi
Literasi digital	Peserta memahami pentingnya literasi digital sebagai pendukung aktivitas ekonomi dan pengembangan usaha.
Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI)	Peserta mengenal fungsi ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI serta memahami potensi pemanfaatannya dalam kegiatan usaha.
Strategi pemasaran digital	Peserta memahami pentingnya <i>branding</i> digital, promosi melalui media digital, dan pemanfaatan platform digital untuk memperluas jangkauan pasar.
Partisipasi peserta	Peserta aktif mengikuti penyampaian materi, demonstrasi, diskusi, serta sesi tanya jawab yang berlangsung selama kegiatan.



Aspek yang Dievaluasi	Hasil Observasi
Respons terhadap program	Peserta memberikan tanggapan positif dan menyampaikan harapan agar kegiatan serupa dilaksanakan secara berkelanjutan dengan materi yang lebih mendalam.

Tabel 1. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian memberikan peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi digital, pemanfaatan AI, dan strategi pemasaran digital. Selain itu, tingginya partisipasi dan respons positif peserta menunjukkan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan mitra.

Hasil pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa program pemberdayaan masyarakat melalui literasi digital dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) mampu meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya transformasi digital dalam mendukung pengembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi selama kegiatan, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai konsep literasi digital, tetapi juga memahami berbagai peluang pemanfaatan AI sebagai sarana meningkatkan efektivitas pemasaran, pelayanan pelanggan, dan pengembangan usaha. Capaian tersebut menunjukkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian telah tercapai.

Peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi digital memperlihatkan bahwa masyarakat mulai menyadari pentingnya penggunaan teknologi digital secara produktif. Sebelumnya, pemanfaatan media digital lebih banyak digunakan untuk komunikasi sehari-hari, sedangkan setelah mengikuti kegiatan peserta memahami bahwa teknologi digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan kualitas promosi, dan memperkuat daya saing usaha. Hasil ini sejalan dengan (Rany et al., 2025; Restianty, 2018) yang menyatakan bahwa literasi digital merupakan kompetensi penting dalam meningkatkan kemampuan masyarakat memanfaatkan teknologi informasi secara efektif dan bertanggung jawab.

Materi mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) memberikan pengalaman baru bagi peserta dalam mengenal teknologi yang dapat diterapkan secara langsung pada kegiatan usaha. Demonstrasi penggunaan ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI menunjukkan bahwa teknologi AI dapat membantu pelaku UMKM menghasilkan konten promosi, menyusun strategi pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, serta mempercepat proses kerja. Temuan tersebut mendukung penelitian (Agit & Muharram, 2024; Yogita et al., 2023) yang menjelaskan bahwa penerapan AI mampu meningkatkan efisiensi operasional dan produktivitas pelaku UMKM.

Pembahasan mengenai strategi pemasaran digital dan branding juga memberikan kontribusi terhadap peningkatan wawasan peserta mengenai pentingnya membangun identitas usaha di era digital. Peserta memahami bahwa keberhasilan pemasaran tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi dengan konsumen. Hasil tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh (Mavilinda et al., 2021; Solikhati et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital mampu meningkatkan kemampuan promosi dan daya saing pelaku UMKM.

Nilai tambah kegiatan ini terletak pada integrasi materi literasi digital dengan praktik pemanfaatan berbagai aplikasi AI yang mudah diakses oleh masyarakat. Program tidak hanya memberikan pemahaman



konseptual mengenai transformasi digital, tetapi juga memperkenalkan teknologi yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari. Pendekatan tersebut menjadikan proses pembelajaran lebih aplikatif, sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta relevan dengan perkembangan teknologi yang terus berlangsung (Amalia, 2026; Corneasari, 2025).

Pelaksanaan kegiatan memberikan manfaat positif bagi mitra karena meningkatkan kesiapan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas ekonomi. Pengetahuan yang diperoleh peserta diharapkan mampu mendorong pemanfaatan teknologi digital secara lebih produktif, memperluas peluang pemasaran, meningkatkan efisiensi usaha, serta memperkuat daya saing UMKM. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap upaya mewujudkan masyarakat yang lebih adaptif dan mandiri dalam menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Sebagai tindak lanjut, program pengabdian serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan lanjutan yang lebih berorientasi pada praktik penggunaan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI). Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, pengurus lingkungan, dan komunitas UMKM juga perlu terus diperkuat agar proses transformasi digital masyarakat dapat berlangsung secara berkesinambungan dan memberikan dampak yang lebih luas terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai pemberdayaan masyarakat melalui literasi digital dan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) telah terlaksana dengan baik sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan dan evaluasi melalui observasi, diskusi, serta sesi tanya jawab, kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya literasi digital, pemanfaatan berbagai aplikasi AI, serta strategi pemasaran dan branding digital sebagai upaya mendukung pengembangan usaha dan kemandirian ekonomi.

Pelaksanaan kegiatan juga menunjukkan bahwa peserta mampu mengenali potensi penerapan teknologi digital dan AI dalam aktivitas usaha, khususnya untuk mendukung promosi, komunikasi dengan pelanggan, serta penyusunan konten pemasaran secara lebih efektif dan efisien. Tingginya partisipasi dan respons positif peserta selama kegiatan berlangsung menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra serta memberikan manfaat dalam meningkatkan kesiapan masyarakat menghadapi perkembangan ekonomi digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi dalam memperkuat kapasitas masyarakat, khususnya pelaku UMKM dan anggota Karang Taruna, agar lebih adaptif terhadap transformasi digital. Integrasi literasi digital dengan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) menjadi nilai tambah program karena tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha. Ke depan, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pendampingan dan pelatihan lanjutan agar pemanfaatan teknologi digital dan AI dapat diimplementasikan secara optimal sehingga memberikan dampak yang lebih luas terhadap peningkatan daya saing usaha dan kemandirian ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA



- Agit, A., & Muharram, S. (2024). Urgensi Integrasi Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Adaptabilitas dan Kinerja Bisnis di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Amikom Surakarta*, 2, 1506–1519.
- Amalia, R. (2026). DESAIN KURIKULUM BERBASIS KEBUTUHAN MASYARAKAT DAN PERKEMBANGAN ZAMAN. *Tuladha: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1), 19–126.
- Amaliah, K., Kenali, E. W., Rofianto, D., Khoerunnisa, T. K., Fitra, J., Fathoni, H., & Fitri, M. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Binaan Polinela melalui Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI). *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 6(2), 95–106.
- Corneasari, M. L. (2025). Mewujudkan Pendidikan yang Efektif dengan Pendekatan Kontekstual di Masyarakat. *Khidmat: Journal of Community Service*, 2(1), 31–42.
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., Daud, I., & Siregar, M. I. (2021). Peningkatan Daya Saing UMKM di Era New Normal melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(2), 62–70.
- Priyanto, R., Ramadhan, Y., & Hastuti, E. I. (2025). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan manajemen bisnis dan digital marketing. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 4(2), 114–122.
- Rany, R. M., Lusiana, E., & Perdana, F. (2025). Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis di Era Teknologi Informasi. *Philosophiamundi*, 3(4), 47–56.
- Rauf, R., Syam, A., & Randy, M. F. (2024). Optimalisasi Transformasi Digital dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia. *BJRM (Bongaya Journal of Research in Management)*, 7(1), 95–102.
- Restianty, A. (2018). Literasi Digital, Sebuah Tantangan Baru dalam Literasi Media. *Gunahumas*, 1(1), 72–87.
- Solikhati, A. N., Febriyanti, D., Fibrianto, D., Amaleo, S., & Hawa, S. D. (2023). Penerapan E-Commerce dan Digital Marketing untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha UMKM WINSHOP. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 4(1), 61–66.
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., Santosa, M. H., Nugraha, J. P., & Windreis, C. (2025). Pelatihan dan Penguatan Literasi Digital untuk Meningkatkan Kapasitas UMKM Menuju Pasar Internasional: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2554–2558.
- Yogia, M. A., Wicaksono, A., Wahyudi, S., & Munir, A. (2023). Peran Artificial Intelligence sebagai Pengungkit Produktivitas Usaha Mikro Kecil Menengah di Desa Sei Simpang Dua Kecamatan Kampar Kiri Hilir, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Patikala*, 3(2), 891–896.

