

Peningkatan Aktivitas Usaha Pemuda Berbasis Digital dan Pemanfaatan AI sebagai Upaya Mencapai Kemandirian Ekonomi di UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Jakarta Selatan

Syahrul Noviansyah¹, Ika Fitria Sari², Wisnu Aryadi³

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

ABSTRACT - The rapid development of the digital economy requires youth and Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to possess digital literacy and the ability to utilize Artificial Intelligence (AI) to support business development. This Community Service Program aimed to enhance participants' understanding of digital literacy, digital marketing, branding, and AI utilization at UKKT RW 011, Pela Mampang Village, South Jakarta. The program was implemented through preparation, educational sessions, hands-on training, interactive discussions, and evaluation stages. Data were collected through participatory observation, discussions, question-and-answer sessions, documentation, and participant feedback, and were analyzed using a descriptive qualitative approach. The results indicated that participants gained a better understanding of digital transformation and digital marketing strategies and were able to apply ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, and WhatsApp Business AI to support their business activities. The program contributed to strengthening participants' readiness to adopt digital technologies. Similar initiatives should be sustained through continuous mentoring to optimize the implementation of digital technologies in community-based businesses.

ABSTRAK - Perkembangan ekonomi digital menuntut pelaku UMKM dan pemuda memiliki literasi digital serta kemampuan memanfaatkan Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung pengembangan usaha. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi digital, pemasaran digital, branding, dan pemanfaatan AI di UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Jakarta Selatan. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan persiapan, penyuluhan, pelatihan praktik, diskusi interaktif, dan evaluasi. Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif, diskusi, tanya jawab, dokumentasi, dan umpan balik peserta, kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai transformasi digital, strategi pemasaran digital, serta mampu mempraktikkan penggunaan ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI untuk mendukung kegiatan usaha. Kegiatan ini berkontribusi dalam memperkuat kesiapan peserta mengadopsi teknologi digital. Program serupa perlu dilanjutkan melalui pendampingan berkelanjutan agar implementasi teknologi digital pada usaha masyarakat semakin optimal.

Vol. 2 No. 2 (2026): Juni
pp. 104–111

Corresponding Author

Syahrul Noviansyah
syahrulnoviansyah26@gmail.com

Article History

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

Keywords

Artificial Intelligence; Digital Literacy; Digital Marketing; Community Empowerment; Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs).

Kata Kunci

Kecerdasan Buatan; Literasi Digital; Pemasaran Digital; Pemberdayaan Masyarakat; UMKM.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong terjadinya transformasi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk pada aktivitas ekonomi, kewirausahaan, dan pemasaran produk. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha memanfaatkan berbagai platform berbasis internet, seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi komunikasi digital untuk memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta memperkuat daya saing usaha. Kondisi tersebut menjadikan literasi digital sebagai salah satu kompetensi yang harus dimiliki oleh masyarakat, khususnya generasi muda yang berperan sebagai agen perubahan dalam pembangunan ekonomi berbasis teknologi (Ni'mah et al., 2026).

Pemuda merupakan kelompok usia produktif yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis inovasi. Di era ekonomi digital, pemuda tidak lagi hanya berperan sebagai pengguna teknologi, tetapi juga dituntut mampu memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan peluang usaha, membangun identitas merek (branding), memperluas jaringan pemasaran, serta meningkatkan produktivitas usaha. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital dan media sosial mampu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan konsumen, serta memperkuat daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (Asrah et al., 2024).

Munculnya teknologi Artificial Intelligence (AI) semakin mempercepat proses transformasi digital pada berbagai sektor usaha. AI tidak hanya dimanfaatkan oleh perusahaan berskala besar, tetapi juga mulai menjadi solusi praktis bagi pelaku UMKM melalui otomatisasi pembuatan konten promosi, penyusunan strategi pemasaran, analisis kebutuhan konsumen, hingga pelayanan pelanggan secara lebih efektif dan efisien (Suryaningtyas & Sundawan, 2026). Oleh karena itu, penguasaan teknologi AI menjadi salah satu kompetensi baru yang perlu diperkenalkan kepada masyarakat agar mampu beradaptasi dengan perkembangan ekonomi digital yang semakin kompetitif.

UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang, Jakarta Selatan merupakan salah satu komunitas kepemudaan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan kegiatan kewirausahaan berbasis masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal dan identifikasi kebutuhan mitra, diketahui bahwa sebagian anggota telah memiliki usaha kecil maupun minat untuk memulai usaha mandiri. Akan tetapi, potensi tersebut belum didukung oleh kemampuan literasi digital yang memadai. Sebagian besar peserta masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, belum memahami strategi digital marketing secara komprehensif, serta belum mampu memanfaatkan berbagai aplikasi digital sebagai media promosi usaha. Selain itu, pemanfaatan teknologi AI dalam aktivitas bisnis masih sangat terbatas karena rendahnya pengetahuan mengenai fungsi, manfaat, dan cara penggunaan berbagai perangkat AI yang tersedia secara gratis maupun berbayar.

Permasalahan tersebut sejalan dengan berbagai hasil kegiatan pengabdian dan penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa rendahnya literasi digital masih menjadi salah satu kendala utama dalam pengembangan UMKM berbasis teknologi. Program digitalisasi usaha yang disertai pelatihan pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan peningkatan penjualan (Purnamasari & Coyanda, 2025). Selain itu, pemberdayaan komunitas pemuda melalui transformasi digital juga memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kreativitas, kemampuan berwirausaha, dan penguatan ekonomi masyarakat berbasis komunitas (Rahmawati et al., 2025). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia



melalui edukasi digital merupakan langkah strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim pengabdian merancang program Digital Kreatif sebagai solusi untuk meningkatkan kapasitas pemuda dan pelaku UMKM di lingkungan UKKT RW 011. Program ini tidak hanya memberikan penyuluhan mengenai literasi digital dan strategi pemasaran digital, tetapi juga memfasilitasi peserta untuk mempraktikkan secara langsung penggunaan berbagai perangkat AI, seperti ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI dalam mendukung aktivitas usaha. Pendekatan tersebut diharapkan mampu mempercepat proses transfer pengetahuan sekaligus meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam mengadopsi teknologi digital pada kegiatan usaha sehari-hari.

Nilai tambah (novelty) program ini terletak pada integrasi antara pemberdayaan pemuda, penguatan literasi digital, pengembangan strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan teknologi AI dalam satu rangkaian kegiatan yang bersifat partisipatif dan aplikatif. Berbeda dengan kegiatan pelatihan digital pada umumnya yang hanya berfokus pada penggunaan media sosial atau marketplace, program ini memperkenalkan pemanfaatan AI sebagai alat pendukung dalam pembuatan konten promosi, penyusunan materi pemasaran, pengembangan ide bisnis, hingga peningkatan efektivitas komunikasi dengan pelanggan. Pendekatan tersebut diharapkan mampu menghasilkan proses pembelajaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi sekaligus mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital di tingkat komunitas.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk: (1) meningkatkan literasi digital pemuda dan pelaku UMKM di lingkungan UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang; (2) meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence sebagai pendukung kegiatan usaha; (3) memperkuat kemampuan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital dan branding usaha; serta (4) mendorong terbentuknya ekosistem kewirausahaan digital yang inovatif sebagai upaya mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat berbasis komunitas.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif (participatory approach) yang menekankan keterlibatan aktif peserta dalam setiap tahapan kegiatan. Pendekatan tersebut dipilih karena mampu mendorong proses pembelajaran yang bersifat interaktif, meningkatkan pemahaman peserta melalui praktik langsung, serta menghasilkan pengalaman belajar yang lebih aplikatif dalam pemanfaatan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung kegiatan usaha.

Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pengabdian dengan pengurus UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, menentukan waktu pelaksanaan, menyusun materi pelatihan, serta menyiapkan sarana dan prasarana pendukung kegiatan. Pada tahap ini juga dilakukan observasi awal mengenai kondisi literasi digital peserta dan kebutuhan pengembangan usaha berbasis digital sehingga materi yang diberikan sesuai dengan karakteristik mitra.

Tahap pelaksanaan dilaksanakan pada Sabtu, 23 Mei 2026, pukul 15.30–17.30 WIB, bertempat di UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang, Jakarta Selatan. Kegiatan terdiri atas penyuluhan mengenai literasi digital dan transformasi digital UMKM, pelatihan penggunaan berbagai aplikasi



Artificial Intelligence seperti ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI, praktik penyusunan konten pemasaran digital, pendampingan peserta dalam mencoba setiap aplikasi, serta diskusi interaktif untuk membahas permasalahan yang dihadapi peserta dalam menjalankan usaha.

Tahap evaluasi dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai. Evaluasi bertujuan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah diberikan, respons peserta terhadap pelaksanaan kegiatan, serta mengidentifikasi peluang penerapan teknologi digital dan AI dalam aktivitas usaha setelah kegiatan pengabdian berakhir.

Mitra kegiatan adalah UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang, Jakarta Selatan, dengan sasaran utama meliputi pemuda, anggota Karang Taruna, serta pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di lingkungan RW 011. Sasaran dipilih berdasarkan hasil identifikasi awal yang menunjukkan bahwa sebagian peserta telah memiliki usaha maupun minat untuk berwirausaha, tetapi masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran dan pengembangan usaha.

Pengumpulan data dilakukan selama kegiatan berlangsung melalui beberapa teknik. Pertama, observasi partisipatif, yaitu pengamatan langsung terhadap keterlibatan peserta selama mengikuti penyuluhan, pelatihan, praktik penggunaan AI, dan diskusi. Kedua, diskusi dan tanya jawab, yang digunakan untuk menggali tingkat pemahaman peserta, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta memperoleh umpan balik mengenai materi yang diberikan. Ketiga, dokumentasi, berupa foto kegiatan, daftar hadir peserta, dan catatan pelaksanaan kegiatan sebagai bukti pelaksanaan sekaligus bahan evaluasi program. Selain itu, evaluasi dilakukan melalui penyampaian umpan balik secara langsung pada akhir kegiatan untuk mengetahui persepsi peserta terhadap manfaat program yang telah dilaksanakan.

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan pengabdian meliputi lembar observasi, pedoman diskusi dan tanya jawab, daftar hadir peserta, lembar dokumentasi kegiatan, serta catatan lapangan yang digunakan oleh tim pengabdian untuk merekam proses pelaksanaan kegiatan. Instrumen tersebut digunakan untuk memperoleh informasi mengenai tingkat partisipasi peserta, pemahaman terhadap materi, kemampuan peserta dalam mempraktikkan penggunaan aplikasi AI, serta respons peserta terhadap keseluruhan program.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Hasil observasi, dokumentasi, dan umpan balik peserta diklasifikasikan berdasarkan tema-tema yang berkaitan dengan peningkatan literasi digital, pemahaman mengenai Artificial Intelligence, kemampuan menggunakan aplikasi AI, serta antusiasme peserta selama mengikuti kegiatan. Selanjutnya, data diinterpretasikan untuk mengevaluasi ketercapaian tujuan program berdasarkan perubahan pengetahuan, partisipasi aktif peserta selama pelatihan, serta kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi yang telah diberikan. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menyusun evaluasi capaian kegiatan sekaligus rekomendasi bagi pelaksanaan program pengabdian pada masa mendatang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah dirancang pada metode kegiatan, yaitu penyampaian materi, pelatihan praktik, diskusi interaktif, serta evaluasi melalui observasi partisipatif dan



umpan balik peserta. Evaluasi difokuskan untuk mengetahui ketercapaian tujuan kegiatan, meliputi pemahaman peserta mengenai literasi digital, pemasaran digital, pemanfaatan Artificial Intelligence (AI), serta kesiapan peserta dalam menerapkan materi pada aktivitas usaha. Pendekatan tersebut sejalan dengan upaya pemberdayaan masyarakat melalui penguatan literasi digital dan pemanfaatan teknologi sebagai sarana pengembangan usaha (Siregar et al., 2025).

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan keterlibatan aktif pada setiap sesi pelatihan. Antusiasme terlihat dari tingginya partisipasi dalam diskusi, keaktifan mengajukan pertanyaan, serta keterlibatan langsung dalam praktik penggunaan aplikasi berbasis AI. Hasil observasi ini menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra dan mendorong peserta untuk mulai memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung pengembangan usaha (Yunitasari et al., 2025).

1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga sesi utama yang saling berkaitan. Setiap sesi dirancang untuk memberikan pemahaman secara bertahap, mulai dari pengenalan konsep hingga praktik penggunaan teknologi digital.

Tahapan Kegiatan	Materi yang Disampaikan	Hasil Observasi	Capaian
Sesi I	Pemberdayaan digital, transformasi digital UMKM, dan peran AI	Peserta memahami pentingnya digitalisasi dalam pengembangan usaha	Terbentuk pemahaman awal mengenai transformasi digital dan AI
Sesi II	Strategi digital marketing, branding, media sosial, dan marketplace	Peserta mampu mengidentifikasi media digital yang sesuai untuk promosi usaha	Bertambahnya wawasan mengenai pemasaran digital dan branding usaha
Sesi III	Praktik penggunaan ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI	Peserta mampu mempraktikkan penggunaan aplikasi AI untuk mendukung promosi usaha	Bertambahnya keterampilan dasar pemanfaatan AI dalam kegiatan usaha

Tabel 1 menunjukkan bahwa setiap sesi menghasilkan capaian yang berbeda sesuai dengan tujuan pembelajaran. Proses pembelajaran dimulai dari peningkatan pemahaman konseptual mengenai transformasi digital, dilanjutkan dengan penguatan strategi pemasaran digital, kemudian diakhiri dengan praktik penggunaan berbagai aplikasi AI yang dapat diterapkan secara langsung dalam kegiatan usaha.

2. Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan melalui observasi partisipatif, diskusi, tanya jawab, serta umpan balik peserta selama kegiatan berlangsung. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan baik dan menunjukkan pemahaman yang lebih baik terhadap materi yang diberikan. Selain itu, peserta juga memperlihatkan kesiapan awal untuk mencoba berbagai teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha.



Aspek yang Dievaluasi	Hasil Observasi
Partisipasi peserta	Peserta aktif mengikuti seluruh sesi kegiatan.
Pemahaman literasi digital	Peserta memahami pentingnya digitalisasi usaha.
Pemahaman digital marketing	Peserta mampu mengidentifikasi media promosi digital yang sesuai.
Pemanfaatan AI	Peserta mampu mempraktikkan penggunaan AI untuk kebutuhan promosi usaha.
Antusiasme peserta	Peserta aktif berdiskusi dan mengajukan pertanyaan selama kegiatan.

Tabel 2 menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya memberikan pemahaman konseptual, tetapi juga pengalaman praktis dalam memanfaatkan teknologi digital sehingga peserta memiliki kesiapan awal untuk mengimplementasikannya pada kegiatan usaha.

Berdasarkan hasil observasi, peserta mampu memahami hubungan antara transformasi digital, strategi pemasaran digital, dan pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai satu kesatuan yang mendukung pengembangan usaha. Peningkatan pemahaman tersebut terlihat dari kemampuan peserta mengidentifikasi manfaat media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi usaha. Temuan ini sejalan dengan (Arjang et al., 2025) yang menyatakan bahwa literasi digital menjadi faktor penting dalam mendorong kemampuan masyarakat mengadopsi teknologi pada aktivitas ekonomi dan kewirausahaan.

Pada sesi pertama, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital sebagai respons terhadap perubahan lingkungan bisnis. Sebelum pelatihan, sebagian peserta masih mengandalkan metode pemasaran konvensional. Setelah mengikuti sesi ini, peserta mampu menjelaskan manfaat penggunaan media digital untuk promosi dan pengembangan usaha. Hasil tersebut sejalan dengan (Morisson & Fikri, 2025) yang menjelaskan bahwa digitalisasi pemasaran dapat memperluas jangkauan pasar UMKM, serta mendukung penguatan kapasitas komunitas dalam menghadapi ekonomi digital.

Pada sesi kedua, peserta memperoleh penguatan mengenai digital marketing dan branding. Hasil observasi menunjukkan bahwa peserta mulai mampu menentukan media promosi yang sesuai dengan karakteristik produk dan target konsumen. Temuan ini mendukung penelitian (Laurina et al., 2024) mengenai pentingnya branding digital dalam meningkatkan daya tarik usaha, serta (Fahdia et al., 2022) yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing membantu pelaku UMKM mengoptimalkan media digital dan marketplace sebagai sarana promosi.

Pada sesi ketiga, peserta mempraktikkan penggunaan ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI. Praktik langsung menjadi bagian yang paling diminati karena peserta dapat melihat bagaimana AI membantu menghasilkan ide promosi, menyusun konten pemasaran, membuat desain sederhana, dan mendukung komunikasi dengan pelanggan. Temuan ini sejalan dengan (Anggara et al., 2026) yang menyatakan bahwa AI berperan sebagai teknologi pendukung transformasi digital UMKM, serta (Fahmi, 2024) yang menekankan bahwa AI dapat membantu pelaku usaha menghasilkan konten pemasaran secara lebih efektif dan efisien.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan telah mencapai tujuan utama pengabdian, yaitu meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi digital, memperkenalkan pemanfaatan Artificial Intelligence dalam kegiatan usaha, serta memperkuat pemahaman tentang strategi



pemasaran digital dan branding. Temuan ini menunjukkan bahwa model pelatihan yang menggabungkan penyuluhan, praktik, dan diskusi dapat menjadi pendekatan yang efektif dalam pemberdayaan pemuda dan pelaku UMKM berbasis teknologi digital.

Implikasi kegiatan ini tidak hanya terlihat pada bertambahnya pemahaman peserta terhadap teknologi digital, tetapi juga pada meningkatnya kesiapan komunitas UKKT RW 011 untuk membangun ekosistem kewirausahaan berbasis digital. Dalam jangka panjang, peningkatan kapasitas tersebut berpotensi mendukung terciptanya usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan membuka peluang ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat.

Sebagai tindak lanjut, program pengabdian disarankan untuk dilaksanakan secara berkelanjutan melalui pendampingan yang lebih intensif pada aspek pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial bisnis, optimalisasi marketplace, dan pemanfaatan AI yang lebih aplikatif sesuai kebutuhan pelaku usaha. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pengurus UKKT RW 011, dan pemangku kepentingan lainnya perlu terus diperkuat agar manfaat program dapat berlanjut dan mendukung kemandirian ekonomi masyarakat secara berkesinambungan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di UKKT RW 011 Kelurahan Pela Mampang berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi digital, memperkenalkan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung kegiatan usaha, serta memperkuat wawasan peserta dalam menerapkan strategi pemasaran digital dan branding usaha. Berdasarkan hasil observasi dan evaluasi selama pelaksanaan kegiatan, peserta menunjukkan keterlibatan aktif pada setiap sesi pelatihan serta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha berbasis komunitas.

Pelaksanaan kegiatan yang memadukan penyuluhan, pelatihan praktik, dan diskusi interaktif memberikan pengalaman belajar yang aplikatif sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga mampu mempraktikkan penggunaan berbagai aplikasi berbasis AI, seperti ChatGPT, Canva AI, CapCut AI, Meta Ads AI, dan WhatsApp Business AI, sebagai sarana pendukung promosi dan komunikasi usaha. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa penguatan kapasitas masyarakat melalui pembelajaran yang partisipatif dapat menjadi strategi yang efektif dalam mendorong adaptasi teknologi digital pada pelaku usaha dan pemuda di tingkat komunitas.

Manfaat utama kegiatan ini tercermin pada bertambahnya wawasan peserta mengenai pentingnya transformasi digital, meningkatnya kesiapan awal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan usaha, serta tumbuhnya motivasi untuk mengembangkan usaha yang lebih inovatif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain memberikan manfaat bagi mitra, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam mendukung pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas melalui pengembangan literasi digital dan pemanfaatan Artificial Intelligence.

Sebagai tindak lanjut, kegiatan serupa perlu dilaksanakan secara berkelanjutan melalui program pendampingan yang lebih intensif, khususnya dalam penerapan digital marketing, pengelolaan media sosial bisnis, optimalisasi marketplace, serta pemanfaatan teknologi AI yang lebih aplikatif sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM. Keberlanjutan program diharapkan mampu memperkuat implementasi hasil



pelatihan sehingga memberikan dampak yang lebih luas terhadap peningkatan kemandirian ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggara, M. B., Wardhani, W. F., & Nurfalqi, I. A. (2026). Akselerasi Daya Saing Produk Lokal Melalui Transformasi Visual Produk UMKM Menggunakan Teknologi AI. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 7(2), 612–624.
- Arjang, A., Wadu, R. M. B., & Kraugusteeliana, K. (2025). Mengakselerasi Daya Saing UMKM melalui Inovasi Teknologi: Peran Strategis Literasi Digital Masyarakat dalam Mewujudkan Ekosistem Ekonomi Berbasis Platform. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1608–1618.
- Asrah, B., Lubis, H. S., Tarisa, C., & Nurwani, N. (2024). Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 215–224.
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Penjualan bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39.
- Fahmi, S. (2024). Pemanfaatan Teknologi AI untuk Menunjang Pemasaran Produk UMKM di Kota Malang. *BERDAYA EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 91–103.
- Laurina, N. A., Swastuti, E., Nurchayati, N., & Yunita, L. E. (2024). Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Branding dan Inovasi Digital. *Dedikasi Sains Dan Teknologi (DST)*, 4(1), 7–15.
- Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing di Era Ekonomi Digital. *E-BISNIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(1), 289–299.
- Ni'mah, N., Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Pangestu, A. C. (2026). Peningkatan Literasi Digital Masyarakat dalam Pemanfaatan Media Digital untuk Informasi dan Promosi. *ADMA: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 257–272.
- Purnamasari, E. D., & Coyanda, J. R. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pengelolaan Keuangan Digital dan Digitalisasi Pemasaran dalam Mendorong Keberlanjutan Usaha. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(3), 431–437.
- Rahmawati, U., Afridhianika, A. N., Prihanto, P. H., & Irwansyah, R. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9373–9381.
- Siregar, S., Wibasuri, A., Azima, M. F., & Mitrawan, A. (2025). Penguatan Literasi Digital bagi Pelaku UMKM: Pendekatan Partisipatif dalam Pengembangan Strategi Pemasaran Berbasis Sosial Media. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 74–85.
- Suryaningtyas, A., & Sundawan, H. P. (2026). Strategi Cerdas UMKM: Integrasi AI dalam Dunia Branding dan Promosi. *Jurnal Optimal*, 22(2), 37–48.
- Yunitasari, Y., Nenobais, H., & Marwan, J. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Media dan Teknologi untuk Pasar Internasional dan Ekonomi Indonesia. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1), 174–182.

