

Digital Kreatif untuk Pengembangan Usaha Masyarakat UKKT RW011 Pela Mampang

Dede Sahlah Hifdziah¹, Maureen Miranka², Muhamad Rifqi Awaluddin³

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

ABSTRACT - The rapid advancement of digital technology and Artificial Intelligence (AI) has created opportunities for communities to enhance business competitiveness; however, their utilization among the UKKT RW011 community in Pela Mampang Village remains limited. This community service program aimed to improve participants' knowledge and skills in utilizing digital technology and AI to support business development. The program employed educational sessions, training, discussions, demonstrations, and hands-on practice. Program evaluation was conducted through observation, discussions, documentation, and assessment of participants' practical work, while the collected data were analyzed using descriptive qualitative analysis based on the achievement indicators. The results demonstrated improvements in digital literacy, the ability to utilize social media, online marketplaces, and AI applications for marketing and business development, accompanied by high participant engagement. The program successfully strengthened the community's capacity to adopt digital technology to support business activities. Continuous mentoring and advanced training are recommended to ensure the sustainable implementation of digital technology and AI.

ABSTRAK - Perkembangan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) membuka peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan daya saing usaha, namun pemanfaatannya di UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang masih terbatas. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dan AI untuk pengembangan usaha. Metode yang digunakan meliputi edukasi, pelatihan, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung. Evaluasi dilakukan melalui observasi, diskusi, dokumentasi, dan penilaian hasil praktik, sedangkan data dianalisis secara deskriptif kualitatif berdasarkan capaian kegiatan. Hasil menunjukkan peningkatan literasi digital, kemampuan memanfaatkan media sosial, marketplace, serta aplikasi AI untuk pemasaran dan pengembangan usaha, disertai tingginya partisipasi peserta. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital sebagai pendukung usaha. Ke depan, diperlukan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar penerapan teknologi digital dan AI dapat berlangsung secara berkelanjutan.

Vol. 2 No. 2 (2026): Juni
pp. 112–120

Corresponding Author

Muhamad Rifqi Awaluddin
mrifqiawaluddin@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); Business Development; Community Empowerment; Community Service.

Kata Kunci

Literasi Digital; Artificial Intelligence (AI); Pengembangan Usaha; Pemberdayaan Masyarakat; Pengabdian kepada Masyarakat.



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi dan pengembangan usaha masyarakat. Digitalisasi tidak lagi hanya menjadi pilihan, tetapi telah berkembang menjadi kebutuhan untuk meningkatkan daya saing, memperluas akses pasar, mempercepat proses bisnis, serta meningkatkan efisiensi operasional usaha. Berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan aplikasi berbasis AI memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menghasilkan strategi pemasaran yang lebih efektif, memperluas jangkauan konsumen, serta meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam mendukung pembangunan ekonomi berbasis masyarakat (Purba et al., 2025).

Artificial Intelligence (AI) juga berkembang sebagai teknologi yang mampu membantu pelaku usaha dalam berbagai aktivitas, mulai dari penyusunan materi promosi, analisis kebutuhan konsumen, pengembangan ide bisnis, hingga otomatisasi berbagai pekerjaan yang sebelumnya dilakukan secara manual. Pemanfaatan AI generatif seperti ChatGPT dan Canva AI memungkinkan masyarakat menghasilkan konten pemasaran yang lebih kreatif, efisien, dan menarik tanpa memerlukan kemampuan teknis yang tinggi. Kehadiran teknologi tersebut memberikan peluang yang semakin besar bagi masyarakat untuk meningkatkan produktivitas usaha, khususnya bagi pelaku usaha skala kecil dan masyarakat yang sedang mengembangkan kegiatan ekonomi produktif (Supriyanto & Hana, 2020).

Meskipun peluang tersebut semakin terbuka, tingkat pemanfaatan teknologi digital di berbagai lingkungan masyarakat masih belum optimal. Kondisi tersebut juga ditemukan pada masyarakat UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim pengabdian, sebagian besar masyarakat telah memiliki akses terhadap smartphone dan jaringan internet, namun pemanfaatannya masih didominasi untuk kebutuhan komunikasi dan hiburan. Penggunaan media digital sebagai sarana pemasaran produk, pengembangan usaha, maupun peningkatan produktivitas ekonomi masih relatif terbatas. Selain itu, pemahaman mengenai penggunaan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung aktivitas usaha juga masih rendah sehingga berbagai peluang yang ditawarkan oleh perkembangan teknologi belum dimanfaatkan secara optimal.

Permasalahan lain yang ditemukan adalah keterbatasan kemampuan masyarakat dalam menyusun strategi pemasaran digital, membuat konten promosi yang menarik, memanfaatkan marketplace sebagai media penjualan, serta menggunakan aplikasi berbasis AI untuk membantu kegiatan usaha. Kondisi tersebut mengakibatkan pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam meningkatkan daya saing usahanya. Apabila kondisi tersebut tidak segera diatasi, masyarakat akan mengalami kesulitan dalam mengikuti perkembangan transformasi digital yang berlangsung semakin cepat sehingga berpotensi menghambat pengembangan usaha berbasis teknologi.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan program pemberdayaan masyarakat yang tidak hanya memberikan pengetahuan konseptual, tetapi juga membangun keterampilan praktis dalam memanfaatkan teknologi digital sesuai kebutuhan masyarakat. Pendekatan edukasi yang dipadukan dengan pelatihan dan praktik langsung diyakini mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial, marketplace, maupun aplikasi berbasis Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung kegiatan usaha. Dengan demikian, masyarakat tidak hanya memahami konsep transformasi digital, tetapi juga mampu



mengimplementasikannya dalam aktivitas ekonomi sehari-hari.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan literasi digital mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan konsumen. (Purbaratri et al., 2024) melaporkan bahwa pelatihan digital marketing memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai strategi pemasaran berbasis internet. (Widyastuti et al., 2016) juga menunjukkan bahwa program literasi digital mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi informasi secara lebih produktif. Selain itu, (Syafitri et al., 2025) menjelaskan bahwa edukasi transformasi digital memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesiapan masyarakat dalam menghadapi perubahan teknologi. Sementara itu, (Suharto, 2025) mengemukakan bahwa pemanfaatan Artificial Intelligence mulai menjadi alternatif yang efektif dalam mendukung penyusunan strategi pemasaran digital bagi pelaku usaha. Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan tersebut masih berfokus pada pengenalan digital marketing atau literasi digital secara umum dan belum banyak mengintegrasikan penggunaan Artificial Intelligence generatif dalam bentuk pelatihan praktik yang dapat langsung diterapkan oleh masyarakat.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menawarkan nilai tambah melalui integrasi pelatihan literasi digital dengan pemanfaatan Artificial Intelligence generatif dalam satu rangkaian kegiatan yang bersifat aplikatif. Program tidak hanya memberikan materi mengenai penggunaan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, tetapi juga memperkenalkan penggunaan ChatGPT dan Canva AI sebagai alat bantu dalam menghasilkan ide usaha, menyusun materi promosi, membuat konten pemasaran, serta meningkatkan kreativitas peserta. Seluruh materi disampaikan melalui metode edukasi, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung sehingga peserta memperoleh pengalaman belajar yang lebih komprehensif dan mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing. Pendekatan tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas program pemberdayaan masyarakat sekaligus memperkuat kemampuan adaptasi masyarakat terhadap perkembangan teknologi digital.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini didukung oleh konsep literasi digital, transformasi digital, digital marketing, dan pemanfaatan Artificial Intelligence sebagai landasan teoritis dalam meningkatkan kapasitas masyarakat. Literasi digital berperan dalam membangun kemampuan masyarakat untuk mengakses, memahami, mengevaluasi, dan memanfaatkan informasi digital secara bertanggung jawab. Transformasi digital menekankan perubahan proses bisnis melalui pemanfaatan teknologi sehingga mampu meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Sementara itu, digital marketing dan Artificial Intelligence memberikan berbagai alternatif strategi yang dapat dimanfaatkan masyarakat dalam memperluas pasar, meningkatkan kualitas komunikasi pemasaran, serta mengembangkan usaha secara lebih inovatif.

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertajuk "Digital Kreatif: Pemanfaatan Teknologi Digital dan Artificial Intelligence (AI) dalam Mendukung Usaha Masyarakat di UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang" bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, pengetahuan, dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) sebagai sarana pengembangan usaha. Selain meningkatkan literasi digital, kegiatan ini diharapkan mampu mendorong tumbuhnya kreativitas, inovasi, dan kemandirian masyarakat dalam mengembangkan usaha yang lebih adaptif, produktif, dan berkelanjutan di era transformasi digital.



METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui metode edukasi, pelatihan, diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan serta keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung pengembangan usaha. Kegiatan dilaksanakan pada tanggal 23 Mei 2026 di UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan. Pelaksanaan program diawali dengan tahap persiapan melalui koordinasi dengan pengurus RW dan Karang Taruna, observasi lapangan untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, penyusunan materi pelatihan, serta penyiapan sarana dan prasarana kegiatan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan, peserta memperoleh materi mengenai literasi digital, digital marketing, pemanfaatan media sosial dan marketplace, serta penggunaan aplikasi Artificial Intelligence (AI), seperti ChatGPT dan Canva AI, yang disampaikan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, diskusi, dan praktik langsung. Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi untuk menilai ketercapaian tujuan kegiatan sekaligus memperoleh umpan balik dari peserta sebagai bahan penyempurnaan program pengabdian pada masa mendatang.

Mitra dalam kegiatan ini adalah UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang, Kecamatan Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, sedangkan sasaran kegiatan merupakan anggota Karang Taruna dan masyarakat yang memiliki atau sedang mengembangkan usaha serta berminat meningkatkan kompetensi dalam pemanfaatan teknologi digital. Peserta dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu masyarakat yang bersedia mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dan memiliki komitmen untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam aktivitas usaha maupun kegiatan ekonomi produktif lainnya. Pemilihan sasaran tersebut didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki akses terhadap perangkat digital, namun pemanfaatannya sebagai sarana pengembangan usaha masih belum optimal.

Pengumpulan data dilakukan selama pelaksanaan kegiatan melalui observasi, diskusi, tanya jawab, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati tingkat partisipasi peserta, keterlibatan dalam setiap sesi kegiatan, serta kemampuan peserta dalam mempraktikkan penggunaan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI). Diskusi dan tanya jawab dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan, kendala yang dihadapi, serta tanggapan terhadap pelaksanaan program. Dokumentasi berupa foto, video, daftar hadir, dan hasil praktik peserta digunakan sebagai data pendukung sekaligus bukti pelaksanaan kegiatan. Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi lembar observasi untuk menilai tingkat partisipasi dan keterlibatan peserta, panduan diskusi dan tanya jawab untuk menggali respons serta pemahaman peserta, lembar dokumentasi kegiatan, serta indikator capaian yang digunakan untuk mengevaluasi peningkatan literasi digital, pemahaman terhadap penggunaan media sosial, marketplace, dan Artificial Intelligence (AI), serta kemampuan peserta dalam menerapkan materi yang telah diberikan.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Seluruh data hasil observasi, diskusi, dokumentasi, dan hasil praktik peserta diklasifikasikan berdasarkan indikator capaian kegiatan, kemudian direduksi, disajikan secara sistematis, dan diinterpretasikan untuk menggambarkan efektivitas pelaksanaan program. Evaluasi capaian dilakukan dengan membandingkan kondisi peserta sebelum dan sesudah mengikuti kegiatan berdasarkan peningkatan pemahaman mengenai literasi digital,



kemampuan memanfaatkan media sosial dan marketplace, pemahaman terhadap pemanfaatan Artificial Intelligence (AI), tingkat partisipasi selama pelaksanaan kegiatan, serta kemampuan peserta dalam mengaplikasikan hasil pelatihan pada kegiatan usaha. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar untuk menilai keberhasilan program sekaligus menyusun rekomendasi bagi pengembangan kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada masa yang akan datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertajuk "Digital Kreatif: Pemanfaatan Teknologi Digital dan Artificial Intelligence (AI) dalam Mendukung Usaha Masyarakat di UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang" dilaksanakan sesuai dengan tahapan yang telah dirancang, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Kegiatan diawali dengan koordinasi bersama pengurus RW011 dan Karang Taruna, dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai literasi digital, digital marketing, pemanfaatan media sosial dan marketplace, serta penggunaan aplikasi Artificial Intelligence (AI), seperti ChatGPT dan Canva AI. Setelah penyampaian materi, peserta mengikuti sesi diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung sehingga memperoleh pengalaman dalam mengaplikasikan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap partisipasi peserta, diskusi dan tanya jawab, dokumentasi kegiatan, serta penilaian terhadap hasil praktik peserta selama pelatihan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta memberikan respons positif terhadap seluruh rangkaian kegiatan dan mampu mengikuti setiap sesi pelatihan dengan baik. Selain itu, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital sebagai media pemasaran dan mulai memahami penggunaan Artificial Intelligence (AI) sebagai alat bantu dalam pengembangan usaha.

Table 1. Capaian Hasil Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

No	Indikator Keberhasilan	Hasil Pengamatan
1	Peningkatan Literasi Digital	Peserta menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung kegiatan usaha dan pemasaran produk.
2	Pemahaman Platform Digital	Peserta mampu mengenal dan mempraktikkan penggunaan media sosial dan <i>marketplace</i> sebagai sarana promosi usaha.
3	Keterampilan Konten	Peserta dapat membuat konten promosi sederhana dengan memanfaatkan berbagai platform dan aplikasi digital yang diperkenalkan selama pelatihan.
4	Kesadaran AI	Peserta memahami manfaat <i>Artificial Intelligence</i> (AI) sebagai alat pendukung dalam pengembangan usaha dan pembuatan konten digital.
5	Kepercayaan Diri	Peserta menunjukkan antusiasme dan kepercayaan diri dalam mencoba serta memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan produktif.
6	Aplikasi Praktik	Sebagian peserta mulai menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam aktivitas usaha maupun kegiatan produktif lainnya.
7	Tingkat Partisipasi	Peserta aktif mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pelatihan, diskusi, dan praktik yang dilaksanakan oleh tim pengabdian.



Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator capaian menunjukkan hasil yang positif. Peningkatan literasi digital terlihat dari kemampuan peserta dalam memahami manfaat teknologi digital sebagai sarana pengembangan usaha. Peserta mulai mengenal fungsi media sosial dan marketplace sebagai media promosi yang lebih efektif dibandingkan penggunaan media digital yang sebelumnya hanya dimanfaatkan untuk komunikasi dan hiburan. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan keterampilan dalam membuat konten promosi sederhana dengan memanfaatkan aplikasi digital yang diperkenalkan selama pelatihan.

Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep dasar penggunaan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung kegiatan usaha. Melalui praktik penggunaan ChatGPT dan Canva AI, peserta memperoleh pengalaman dalam menyusun ide promosi, membuat materi pemasaran, serta menghasilkan konten digital secara lebih cepat dan efisien. Selama kegiatan berlangsung, peserta terlihat aktif bertanya, berdiskusi, dan mencoba berbagai fitur yang diperkenalkan oleh tim pengabdian. Tingginya partisipasi peserta menunjukkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra sekaligus mampu meningkatkan motivasi peserta untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan produktif.

Peningkatan pemahaman peserta terhadap literasi digital menunjukkan bahwa pendekatan edukasi yang dipadukan dengan praktik langsung mampu meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas ekonomi. Temuan ini sejalan dengan (Herlina & Simabur, n.d.; Putri et al., 2022) yang menyatakan bahwa pelatihan digital marketing dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi. Hasil kegiatan ini juga mendukung temuan (Arsyad et al., 2023; Hasyati et al., 2025) yang menjelaskan bahwa peningkatan literasi digital memberikan dampak positif terhadap kemampuan masyarakat dalam menggunakan teknologi informasi secara produktif.

Penguasaan media sosial dan marketplace selama pelatihan memperlihatkan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital, tetapi juga mampu mengimplementasikannya melalui praktik secara langsung. Pendekatan berbasis praktik memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempelajari tahapan pembuatan konten promosi, penyusunan identitas usaha, serta strategi komunikasi digital yang dapat diterapkan sesuai karakteristik usaha masing-masing. Dengan demikian, proses pembelajaran tidak berhenti pada penyampaian teori, tetapi menghasilkan peningkatan kompetensi yang dapat diaplikasikan setelah kegiatan pengabdian selesai (Fahrudin & Pamungkas, 2022; Suhara & St, 2025).

Pengenalan Artificial Intelligence (AI) menjadi salah satu capaian penting dalam kegiatan ini. Sebelum pelaksanaan program, sebagian besar peserta belum mengenal pemanfaatan AI untuk mendukung kegiatan usaha. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menggunakan ChatGPT sebagai alat bantu untuk menghasilkan ide promosi, menyusun deskripsi produk, serta membuat konsep pemasaran secara lebih efisien. Selain itu, Canva AI membantu peserta menghasilkan desain promosi yang lebih menarik meskipun memiliki keterbatasan pengalaman dalam desain grafis. Hasil tersebut sejalan dengan (Agit & Muharram, 2024; Berutu et al., 2024) yang menjelaskan bahwa perkembangan Artificial Intelligence memberikan peluang baru bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi dan produktivitas melalui pemanfaatan teknologi digital.

Apabila dibandingkan dengan berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya yang umumnya berfokus pada pelatihan digital marketing atau literasi digital, program ini memiliki nilai tambah berupa integrasi antara pemanfaatan media digital dengan penggunaan Artificial Intelligence (AI) generatif dalam satu rangkaian



pelatihan yang aplikatif. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan mengenai strategi pemasaran digital, tetapi juga memperoleh pengalaman langsung dalam menggunakan aplikasi AI untuk membantu penyusunan konten promosi dan pengembangan ide usaha. Pendekatan tersebut memberikan pengalaman belajar yang lebih komprehensif sekaligus meningkatkan kesiapan masyarakat dalam menghadapi perkembangan transformasi digital (Ghazy et al., 2025).

Pelaksanaan kegiatan ini juga berhasil menjawab tujuan utama program, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) untuk mendukung pengembangan usaha. Berdasarkan hasil evaluasi, peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai literasi digital, kemampuan menggunakan media sosial dan marketplace sebagai media promosi, serta pemahaman terhadap penggunaan AI sebagai alat bantu kegiatan usaha. Dengan demikian, tujuan kegiatan sebagaimana dirumuskan pada tahap perencanaan dapat dicapai melalui pelaksanaan program yang melibatkan edukasi, pelatihan, diskusi, dan praktik secara langsung.

Implikasi kegiatan ini tidak hanya dirasakan oleh peserta sebagai mitra program, tetapi juga berpotensi memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat. Peningkatan kemampuan digital masyarakat diharapkan dapat mendorong pengembangan usaha yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi, meningkatkan kreativitas dalam menghasilkan konten pemasaran, memperluas jangkauan promosi produk, serta memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat. Keterlibatan pengurus RW011 dan Karang Taruna selama pelaksanaan kegiatan juga menjadi modal penting dalam mendukung keberlanjutan program melalui penyebaran pengetahuan kepada anggota masyarakat lainnya.

Untuk menjaga keberlanjutan program, diperlukan kegiatan pendampingan secara berkala agar peserta dapat terus mengembangkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI). Selain itu, pelatihan lanjutan mengenai strategi digital marketing, optimalisasi marketplace, pembuatan konten berbasis AI, serta pengembangan branding usaha perlu dilaksanakan sesuai dengan perkembangan teknologi. Kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah daerah, pengurus lingkungan, dan masyarakat juga perlu diperkuat sehingga program pemberdayaan berbasis teknologi digital dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi peningkatan kapasitas masyarakat dan pengembangan usaha lokal.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) bertajuk "Digital Kreatif: Pemanfaatan Teknologi Digital dan Artificial Intelligence (AI) dalam Mendukung Usaha Masyarakat di UKKT RW011 Kelurahan Pela Mampang" telah terlaksana sesuai dengan rancangan kegiatan dan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) sebagai pendukung pengembangan usaha. Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, peserta menunjukkan peningkatan literasi digital, kemampuan memanfaatkan media sosial dan marketplace sebagai sarana pemasaran, serta pemahaman mengenai penggunaan aplikasi Artificial Intelligence (AI), seperti ChatGPT dan Canva AI, untuk membantu pembuatan konten promosi, pengembangan ide usaha, dan penyusunan strategi pemasaran secara lebih efektif. Tingginya partisipasi peserta selama kegiatan juga menunjukkan bahwa pendekatan edukasi yang



dipadukan dengan diskusi, demonstrasi, dan praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman serta kepercayaan diri masyarakat dalam mengadopsi teknologi digital untuk kegiatan produktif.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa integrasi pelatihan literasi digital dengan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) memberikan nilai tambah dalam proses pemberdayaan masyarakat karena tidak hanya meningkatkan pengetahuan peserta, tetapi juga menghasilkan keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam pengembangan usaha. Program ini memberikan manfaat bagi mitra melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan kemampuan pemasaran digital, serta tumbuhnya kesiapan masyarakat dalam menghadapi transformasi digital. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini berkontribusi dalam mendorong pengembangan usaha masyarakat yang lebih inovatif, adaptif, dan berkelanjutan serta menjadi salah satu model pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi digital yang dapat dikembangkan pada kegiatan pengabdian selanjutnya.

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.
- Arsyad, A. A. H. J., Sulisty, L., Rahayu, W., & Fatmawati, E. (2023). Upaya peningkatan literasi digital masyarakat melalui program pelatihan komputer di desa terpencil. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 654–661.
- Berutu, T. A., Sigalingging, D. L. R., Simanjuntak, G. K. V., & Siburian, F. (2024). Pengaruh teknologi digital terhadap perkembangan bisnis modern. *Neptunus: Jurnal Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi*, 2(3).
- Fahrudin, A., & Pamungkas, A. D. (2022). Peningkatan kompetensi guru melalui pelatihan keterampilan pembuatan e-presentation dengan aplikasi Canva for Education. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bangun Cipta, Rasa, & Karsa*, 1(3), 76–81.
- Ghazy, A. C., Ghazali, G., & Wibowo, K. A. (2025). Transformasi pendidikan: Pengembangan metodologi dan media pembelajaran di era digital. *Action Research Journal Indonesia (ARJI)*, 7(4), 2974–2997.
- Hasyati, Z., Jannah, M., & Ramazalena, R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan literasi digital melalui pelatihan komputer. *Jurnal Pengabdian Ekonomi Dan Sosial (JPES)*, 4(1), 25–36.
- Herlina, R., & Simabur, L. A. (n.d.). Strategi Digital Marketing untuk UMKM: Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Efektif. *BARAKTI*.
- Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., & Wulandari, S. (2025). Analisis perkembangan ekonomi digital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1).
- Purbaratri, W., Tachjar, N. K., & DT, L. P. (2024). Peningkatan daya saing UMKM melalui pelatihan digital marketing berbasis Canva. *Jurnal Igakerta*, 1(2), 1–5.
- Putri, A. P., Hetami, A. A., Fourqoniah, F., Andriana, A. N., Ardiyani, M., Muniroh, T. U., & Indah, S. R. (2022). Pelatihan digital marketing untuk mencapai optimalisasi strategi pemasaran pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 3(2.1), 828–839.
- Suhara, I. A., & St, M. M. (2025). *Metode Pengabdian Kepada Masyarakat: Teori dan Praktik*. Penerbit Widina.



- Suharto, T. S. U. (2025). Analisis Integratif Design Thinking dan Artificial Intelligence dalam Mendorong Inovasi UMKM di Indonesia. *Bit-Tech*, 7(3), 1078–1089.
- Supriyanto, A., & Hana, K. F. (2020). Strategi pengembangan desa digital untuk meningkatkan produktivitas UMKM. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 199–216.
- Syafitri, I., Nurman, N., Mardatillah, A., & Hefriyenni, R. (2025). Peningkatan Layanan Administrasi Kependudukan Melalui Identitas Kependudukan Digital (IKD): Studi Kesiapan SDM dalam Era Transformasi Digital di Provinsi Riau. *PUBLIKA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 11(2), 277–301.
- Widyastuti, D. A. R., Nuswantoro, R., & Sidhi, T. A. P. (2016). Literasi digital pada perempuan pelaku usaha produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Aspikom*, 3(1), 1–15.

