

Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi UMKM Di Desa Namang

¹⁾Syifa Nandini Girfita, ²⁾Wenni Siswanti, ³⁾Eka Altiarika

^{1,2,3)}Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Teknik dan Sains, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Pangkal Pinang, Indonesia
Email Corresponding: syifanandinigirfita@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Teknologi Kecerdasan Buatan (AI) Digitalisasi UMKM Branding	Desa Namang di Kabupaten Bangka Tengah memiliki potensi besar di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) namun menghadapi tantangan dalam daya saing dan branding produk di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM di Desa Namang melalui pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam proses digitalisasi UMKM, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha serta memperkuat branding produk lokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan melalui paparan materi dan pelatihan penggunaan aplikasi AI yang relevan dengan kebutuhan UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan teknologi AI dapat meningkatkan efisiensi operasional UMKM, memperkuat citra dan daya tarik produk, serta menciptakan peluang keberlanjutan usaha yang lebih kuat di tengah perubahan pasar digital.
Keywords: Technology Artificial Intelligence (AI) Digitalization MSMEs Branding	ABSTRACT Namang Village in Central Bangka Regency has great potential in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector but faces challenges in competitiveness and product branding in the digital era. This research aims to empower MSMEs in Namang Village through the use of artificial intelligence (AI) technology in the MSME digitization process, so as to increase competitiveness and business sustainability and strengthen local product branding. The method used in this research includes socialization activities carried out through material exposure and training on the use of AI applications that are relevant to the needs of MSMEs. The results of the activities show that the application of AI technology can improve the operational efficiency of MSMEs, strengthen the image and attractiveness of products, and create opportunities for stronger business sustainability in the midst of digital market changes.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Prinsip utama dalam digitalisasi UMKM adalah pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan usaha, baik dalam pemasaran produk maupun transaksi jual beli (Wijoyo, 2020). Menurut Berlilana et al. (2020), kemajuan teknologi saat ini memberikan dampak signifikan bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Perkembangan teknologi menciptakan peluang baru bagi UMKM untuk tetap kompetitif di tengah era ekonomi digital yang semakin berkembang. Oleh karena itu, pelaku UMKM harus bijak dalam mengikuti perkembangan teknologi untuk memaksimalkan manfaatnya, seperti peningkatan efisiensi operasional, akses ke pasar yang lebih luas, serta keuntungan dari berbagai alat pemasaran digital yang tersedia. Dengan penggunaan teknologi yang tepat, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka dan memperkuat posisinya dalam menghadapi tantangan ekonomi digital (Prabowo et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan perekonomian Indonesia (Munthe et al., 2023). Selain membuka peluang kerja baru, UMKM juga berperan penting dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional. Saat ini, UMKM memberikan dampak besar terhadap pendapatan, baik di tingkat daerah maupun nasional. UMKM adalah jenis usaha kecil yang dibentuk

atas inisiatif individu, sehingga dapat membantu mengurangi angka pengangguran di Indonesia (Widiyanti, 2020).

Transformasi ke arah digitalisasi dan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) menjadi suatu keharusan di tengah pesatnya kemajuan teknologi (Fahmi, 2024). Oleh karenanya, generasi muda tengah berupaya untuk mengenalkan hal ini terhadap pelaku-pelaku UMKM, terutama di daerah-daerah yang belum banyak mengenalnya. Sebagai contoh, Setiawan et al. (2024) sudah melakukan sosialisasi terkait penggunaan AI untuk meningkatkan keterampilan dari pelaku UMKM yang ada di Desa Wisata Kuala Jambi. Fokusnya sendiri mengarah pada optimalisasi pariwisata yang lebih kompetitif dan efektif dalam hal pengelolaan. Selain itu, Gunawan et al. (2022) juga mengadakan sosialisasi penggunaan teknologi AI guna meningkatkan pemasaran digital dari pelaku UMKM yang ada di kelurahan Tegalsari, Surabaya. Harapannya, pemasaran ini akan menjadi lebih luas sehingga pendapatan yang diperoleh juga meningkat. Apriliany et al. (2024) juga membuat suatu penelitian terkait dengan optimalisasi pengelolaan keuangan dan branding dari UMKM melalui penggunaan AI. Hasil dari penelitian mereka menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan pelaku UMKM dalam pengelolaan keuangan, dengan melakukan perhitungan biaya produksi, perhitungan keuntungan, dan perhitungan PPN secara efektif dan akurat. Selain itu, penggunaan AI dalam strategi branding juga menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, misalnya dalam membuat logo untuk pengenalan merek.

Desa Namang di Kabupaten Bangka Tengah memiliki potensi besar dalam pengembangan UMKM, namun masih menghadapi berbagai tantangan, terutama dalam hal meningkatkan daya saing dan branding di era digital. Tantangan utama yang dihadapi UMKM di Desa Namang mencakup kurangnya pemahaman serta akses terhadap teknologi modern, termasuk pemanfaatan teknologi AI untuk pemasaran dan operasional bisnis. Oleh karena itu, pendampingan terhadap UMKM di Desa Namang dalam penggunaan teknologi AI sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat strategi pemasaran produk lokal. Mengingat perubahan perilaku konsumen yang semakin beralih ke platform digital, kehadiran UMKM dalam ranah digital merupakan kunci bagi keberlanjutan bisnis mereka. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan ini bertujuan memberdayakan UMKM di Desa Namang dengan memperkenalkan teknologi AI yang relevan dengan kebutuhan mereka. Kecerdasan buatan (AI) menawarkan solusi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui otomatisasi dan optimasi proses bisnis, yang pada akhirnya mendukung pengembangan bisnis yang lebih efisien (Benita Fawwaz Hidayat et al., 2024). Dengan demikian, diharapkan UMKM di Desa Namang dapat meningkatkan daya saing, keberlanjutan usaha, serta memperkuat branding produk mereka. Langkah-langkah pendampingan mencakup pelatihan dan pengenalan aplikasi AI yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan potensi masing-masing UMKM.

Perkembangan teknologi digital telah berdampak besar pada berbagai sektor, termasuk sektor UMKM. Teknologi seperti kecerdasan buatan (AI) menawarkan peluang besar untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing UMKM di pasar global. Desa Namang, yang juga merupakan desa wisata di Kabupaten Bangka Tengah, memiliki potensi untuk mengadopsi teknologi digital dalam pengembangan UMKM lokal. Namun, pemahaman serta kesadaran masyarakat akan manfaat teknologi ini masih relatif rendah.

Sebagai upaya untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian sosialisasi bertema "Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi UMKM di Desa Namang" telah diselenggarakan pada 11 Oktober 2024. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memperkenalkan serta mengajarkan penggunaan AI untuk meningkatkan UMKM di desa Namang. Untuk mencapai tujuan dari kegiatan ini, terdapat inisiasi oleh tim proyek desa dari Program Studi Ilmu Komputer Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung yang memberikan pengetahuan dasar mengenai teknologi AI serta aplikasinya dalam bisnis UMKM. Lebih spesifik, kegiatan ini diharapkan bertujuan untuk memfasilitasi UMKM di desa Namang dalam memahami bagaimana teknologi AI dapat membantu mereka dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat branding produk lokal mereka.

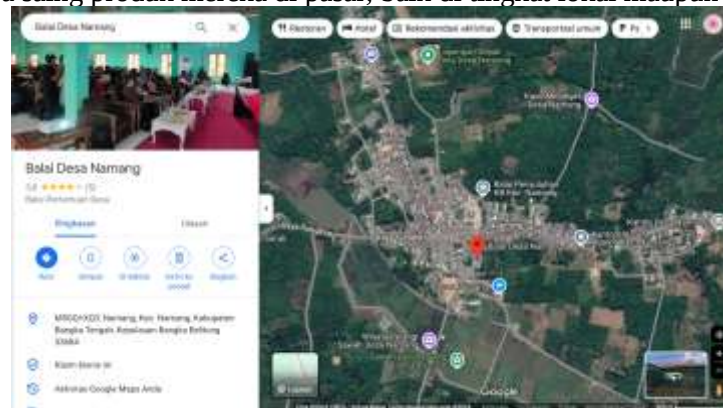
II. MASALAH

Kurangnya pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM di Desa Namang terkait teknologi digital, khususnya teknologi berbasis kecerdasan buatan (AI), menjadi salah satu tantangan utama dalam mengembangkan bisnis mereka. Banyak dari pelaku UMKM masih bergantung pada metode pemasaran dan

operasional yang tradisional, yang menyebabkan mereka kesulitan bersaing di era digital yang semakin kompetitif.

Kondisi ini membuat produk-produk lokal dari Desa Namang kurang dikenal di pasar yang lebih luas, karena minimnya penerapan strategi pemasaran digital yang efektif serta kurangnya inovasi dalam presentasi produk. Selain itu, ketidaktahuan akan tren digital menyebabkan UMKM di desa ini tertinggal dari kompetitor, baik di tingkat lokal maupun nasional, yang sudah lebih dulu mengadopsi teknologi digital canggih. Hal ini bukan hanya berdampak pada pemasaran, tetapi juga pada kemampuan UMKM untuk mengoptimalkan efisiensi operasional mereka, seperti dalam manajemen inventaris, proses produksi, dan layanan pelanggan.

Dalam menghadapi masalah-masalah ini, kegiatan pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pemberian sosialisasi dan pelatihan kepada pelaku UMKM di Desa Namang mengenai manfaat serta aplikasi praktis teknologi AI dalam digitalisasi UMKM. Sosialisasi ini bertujuan untuk menjelaskan cara memanfaatkan teknologi AI dalam berbagai aspek bisnis yang dapat meningkatkan efisiensi. Diharapkan, melalui kegiatan ini, pelaku UMKM di desa Namang dapat lebih mudah memahami dan mengimplementasikan teknologi AI untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan Sosialisasi

III. METODE

Untuk mendukung dan mendorong pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam digitalisasi UMKM di Desa Namang, Kecamatan Namang, Kabupaten Bangka Tengah, diadakan kegiatan sosialisasi yang bertujuan memperkenalkan teknologi AI kepada para pelaku UMKM lokal. Sosialisasi ini dilaksanakan di Balai Desa Namang pada tanggal 11 Oktober 2024, dengan mengundang berbagai pelaku UMKM dari desa Namang, serta perangkat desa dan masyarakat sekitar yang tertarik untuk mengembangkan bisnis mereka di era digital. Adapun rancangan kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan, Tahap ini merupakan rangkaian kegiatan awal sebelum pelaksanaan sosialisasi. Persiapan meliputi penyusunan dan pengembangan materi sosialisasi, serta kerangka acara yang menjadi fokus utama kegiatan. Tujuannya adalah memastikan bahwa proses pelaksanaan kegiatan berlangsung secara terstruktur dan efektif, sehingga materi yang disampaikan mudah dipahami dan langsung bisa diterapkan oleh para peserta.
2. Pelaksanaan, Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam berbagai cara sebagai berikut:
 - a. Pemaparan oleh pemateri mengenai pemanfaatan teknologi AI dalam digitalisasi UMKM guna membantu meningkatkan bisnis mereka.
 - b. Implementasi dan praktek bagaimana menggunakan teknologi AI seperti aplikasi ChatGpt yang bisa digunakan untuk memberikan informasi tentang trend pasar dan memberikan saran tentang pesan iklan yang menarik.
 - c. Implementasi penggunaan Aplikasi Canva yang dapat digunakan pelaku UMKM untuk membuat desain produk yang bisa digunakan untuk promosi di media sosial dengan mudah dan profesional.
 - d. Implementasi menggunakan Aplikasi Pinterest yang dapat digunakan untuk mencari ide-ide kreatif dan inspirasi visual yang membantu pelaku UMKM dalam merancang produk, kemasan, atau desain branding yang menarik.
 - e. Implementasi menggunakan Pebblely.com yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan tampilan foto produk, menjadikannya lebih estetik dan menarik bagi calon konsumen di *platform* digital.

3. Proses publikasi dan pelaporan, sehingga akhir dan dampak kegiatan dapat terjangkau oleh berbagai pihak secara lebih luas. Dengan publikasi yang baik, diharapkan UMKM di Desa Namang dapat terus mendapatkan dukungan dan akses ke teknologi digital, termasuk teknologi AI, untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi yang bertema pemanfaatan teknologi AI dalam digitalisasi UMKM di Desa Namang dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober 2024 yang bertempat di Balai Desa Namang. Kegiatan sosialisasi ini berlangsung selama tiga jam, dimulai pukul 08.00 hingga 11.00 WIB. Peserta kegiatan terdiri dari para pelaku UMKM, beberapa perangkat desa, serta masyarakat sekitar.

Proses kegiatan pertama dalam sosialisasi kepada pelaku UMKM dimulai dengan pemaparan mengenai apa itu *Artificial Intelligence* (AI), contoh penerapan AI di sektor bisnis, pengertian digitalisasi UMKM, pentingnya AI bagi UMKM, serta manfaat AI dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Dalam pemaparan ini, dijelaskan bahwa *Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan adalah teknologi yang memungkinkan mesin atau sistem untuk meniru kemampuan manusia, seperti belajar, berpikir, dan memecahkan masalah. AI dirancang untuk menangani tugas-tugas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia, seperti pengenalan wajah, pemahaman bahasa, dan identifikasi pola. Dengan memanfaatkan data yang dikumpulkan, AI dapat belajar dan terus meningkatkan kemampuannya seiring berjalannya waktu. Semakin banyak data yang diproses, semakin cerdas sistem tersebut, mirip dengan bagaimana manusia belajar dari pengalaman.

Dalam dunia bisnis, AI telah banyak diterapkan untuk meningkatkan efisiensi operasional, melayani pelanggan dengan lebih baik, dan mengoptimalkan berbagai proses bisnis. Contoh penerapan AI yang populer termasuk chatbot, yang digunakan oleh banyak situs web untuk melayani pelanggan secara otomatis tanpa perlu keterlibatan manusia. Chatbot ini dapat menjawab pertanyaan, membantu pelanggan memilih produk, atau bahkan memproses pesanan. Selain itu, di sektor e-commerce, AI digunakan dalam sistem rekomendasi produk yang menampilkan barang-barang berdasarkan riwayat pencarian atau pembelian pelanggan. Sistem ini membantu meningkatkan penjualan dengan menawarkan produk yang relevan kepada pelanggan. Pengelolaan stok juga menjadi lebih mudah dengan AI, karena sistem dapat memantau inventaris, memprediksi kapan stok akan habis, dan memesan barang secara otomatis. Di sisi lain, AI juga digunakan untuk menganalisis data pelanggan, penjualan, dan tren pasar, sehingga bisnis dapat membuat keputusan yang lebih cerdas (Amira & Nasution, 2023).

AI sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena menawarkan berbagai manfaat yang dapat membantu mereka bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan AI, UMKM dapat mengotomatiskan berbagai tugas yang biasanya dilakukan secara manual, seperti pembukuan, manajemen stok, hingga layanan pelanggan. Hal ini membantu menghemat waktu dan biaya operasional, sehingga pelaku UMKM bisa fokus pada aspek strategis lainnya. AI juga memungkinkan UMKM untuk memahami pelanggan mereka dengan lebih baik melalui analisis data. Misalnya, AI dapat membantu UMKM memberikan rekomendasi produk yang sesuai dengan preferensi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Selain itu, AI memainkan peran penting dalam optimasi pemasaran digital. Dengan menganalisis data pengguna, AI dapat membantu UMKM menargetkan *audiens* yang tepat dan merancang iklan yang lebih efektif. Ini memungkinkan UMKM untuk menjalankan kampanye pemasaran dengan lebih efisien dan menghasilkan konversi yang lebih baik (Qoriah Verdiana et al., 2023).

Manfaat utama AI bagi UMKM tidak hanya terbatas pada otomatisasi proses, tetapi juga analisis data dan pengambilan keputusan. AI mampu menganalisis data dalam jumlah besar dan memberikan wawasan berharga yang membantu pelaku UMKM membuat keputusan bisnis yang lebih baik. Misalnya, AI dapat mengidentifikasi pola penjualan, memprediksi tren pasar, atau memahami preferensi pelanggan, sehingga UMKM bisa merancang strategi yang lebih tepat. Selain itu, AI memungkinkan UMKM untuk memberikan layanan yang lebih personal kepada pelanggan mereka, misalnya dengan menawarkan produk yang disesuaikan dengan minat pelanggan atau memberikan promosi yang relevan. Personalisasi ini dapat membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong penjualan yang lebih tinggi (Trifia et al., 2024).

Dalam pemasaran digital, AI membantu UMKM menargetkan audiens yang lebih spesifik, menyesuaikan konten iklan, dan mengoptimalkan performa iklan berdasarkan data *real-time*. Ini memungkinkan UMKM untuk menghemat biaya iklan dan meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran mereka. AI bahkan bisa digunakan untuk membuat konten pemasaran yang lebih menarik dan relevan dengan kebutuhan audiens.

Dengan demikian, penerapan AI di UMKM membantu meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan keputusan berbasis data, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka (Setiawan & Hendayana, 2024).



Gambar 2. Pemaparan materi mengenai teknologi AI

Setelah pemaparan materi, dilanjutkan dengan demo penggunaan *tools* AI dan beberapa aplikasi/*website* yang dapat membantu pelaku UMKM. Menurut (Lambrecht & Tucker, 2021), Pemanfaatan aplikasi berbasis AI mampu meningkatkan efisiensi dalam pemasaran produk, sementara penggunaan *website* resmi dapat memperkuat kepercayaan pelanggan serta meningkatkan pendapatan UMKM (Gao & Huang, 2020). Para peserta kegiatan diperkenalkan kepada kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI) yang digunakan untuk membuat konten-konten promosi pemasaran seperti pengenalan ChatGpt yang dapat digunakan untuk memberikan ide-ide bahasa pemasaran yang menarik (*copywriting*) yang dapat digunakan atau ide "*caption*" yang nantinya dapat digunakan untuk pemasaran produk yang akan di *upload* ke Media sosial (Arief et al., 2024).

Selanjutnya, para peserta dikenalkan dengan aplikasi kecerdasan buatan lainnya, yaitu Pebblely.ai. aplikasi ini sangat membantu UMKM dalam pembuatan foto-foto produk agar terlihat lebih menarik hanya dengan peralatan sederhana seperti HP, sehingga hasil foto terlihat layaknya foto produk yang dibuat secara profesional. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan penggunaan aplikasi Canva, yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk membuat desain produk yang dapat digunakan dalam promosi di media sosial. Aplikasi Pinterest juga diperkenalkan sebagai sumber ide kreatif dan inspirasi visual yang membantu pelaku UMKM dalam merancang produk, kemasan, atau desain branding yang menarik.



Gambar 3. Demonstrasi penggunaan *tools* AI

Sesi akhir pada kegiatan sosialisasi ini diakhiri melalui proses tanya jawab dan pengundian *doorprize*, di mana para peserta sangat antusias berpartisipasi dan mendapatkan informasi lebih lanjut terkait teknologi AI yang bisa diterapkan dalam bisnis mereka. Setelah pelaksanaan kegiatan ini, pelaku UMKM kini memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik mengenai penggunaan teknologi AI dalam proses pemasaran dan pengembangan bisnis mereka. Peserta diperkenalkan pada aplikasi AI seperti ChatGPT yang dapat membantu dalam pembuatan deskripsi produk dan ide pemasaran kreatif. Dengan diperkenalkannya *tools* AI yang praktis dan mudah diakses, diharapkan pelaku UMKM di Desa Namang dapat mulai mengadopsi teknologi ini dalam aktivitas bisnis sehari-hari untuk meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang lebih luas.



Gambar 4. Proses tanya jawab dan pembagian doorprize



Gambar 5. Dokumentasi kegiatan

V. KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi bertema Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Digitalisasi UMKM di Desa Namang bertujuan memperkenalkan teknologi AI kepada pelaku UMKM lokal untuk meningkatkan daya saing produk di era digital. Berdasarkan hasil kegiatan, antusiasme tinggi ditunjukkan peserta, dengan 85% dari mereka tertarik menerapkan teknologi yang dikenalkan, khususnya ChatGPT untuk membantu dalam pembuatan deskripsi produk dan strategi pemasaran. Para peserta juga belajar menggunakan aplikasi seperti Canva, Pinterest, dan Pebblely guna menciptakan konten visual menarik. Ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi AI secara bertahap dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan keterampilan digital dan memperkuat daya saing UMKM Desa Namang di pasar digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak Desa Namang, Kecamatan Namang, Kabupaten Bangka Tengah, atas dukungan dan kesempatan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat untuk para pelaku UMKM di desa namang melalui program ISS PKKM Tahun 2024. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung atas kesempatan dan kepercayaan yang diberikan dalam melaksanakan kegiatan ini sebagai bagian dari program MBKM proyek di Desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Amira, B., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Pengembangan Usaha Mikro,Kecil Dan Menengah (Ukm). *JURMA: Jurnal Riset Manajemen*, 1(4), 362–371.
- Apriliany, A. P., Choiria, A., Eka Septiana, A., Raikhan, M., Apriyani, F., & Wulandari, T. (2024). Optimasi Pengelolaan Keuangan dan Memperkuat Branding dengan Teknologi Kecerdasan Buatan bagi UMKM. *Jurnal ABDINUS Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(3), 763–771. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/ja.v8i3.23620>
- Arief, H., Oktaviar, C., Nuryadi, H., Tama Putra Saratian, E., & Bernadetha Stephani, S. (2024). PEMANFAATAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELEGENCE (AI) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN SUSTAINABILITY BISNIS UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(6), 335–342. <https://doi.org/10.62335>
- Benita Fawwaz Hidayat, A., Santoso, B., Ekonomi Dan Bisnis, F., Pembangunan Nasional, U., & Timur Abstrak, J. (2024). Pengembangan UMKM Berbasis Artificial Intelligence Kelurahan Wonorejo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(17), 113–117. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13852202>

- Berlilana, B., Utami, R., & Baihaqi, W. M. (2020). Pengaruh Teknologi Informasi Revolusi Industri 4.0 terhadap Perkembangan UMKM Sektor Industri Pengolahan. *Matrix : Jurnal Manajemen Teknologi Dan Informatika*, 10(3), 87–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.31940/matrix.v10i3.1930>
- Fahmi, S. (2024). PEMANFAATAN TEKNOLOGI AI UNTUK MENUNJANG PEMASARAN PRODUK UMKM DI KOTA MALANG. *BERDAYA EKONOMI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 2985–4245. <https://jurnal.stiekma.ac.i>
- Gao, Q., & Huang, Y. (2020). Examining the impact of corporate website quality on online trust and its antecedents: A study in China. *Journal of Business Research*.
- Gunawan, J., Salsabila, A. T., Nisa, K., & Azizah, N. (2022). SOSIALISASI PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU UMKM DI KELURAHAN TEGALSARI. *Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 146–150. <https://doi.org/https://doi.org/10.29303/jppm.v5i2.3543>
- Lambrecht, A., & Tucker, C. (2021). The effectiveness and targeting of television advertising. *Journal of Marketing Research*, 58(1), 1–19.
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614. <https://doi.org/https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i3.321>
- Prabowo, B., Afia Mareta, N., Vesta Lasmarya Br Capah, D., Ajmal Yanotama, S., Pembangunan Nasional, U., Timur, J., & Raya Rungkut Madya Gunung Anyar Surabaya, J. (2024). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Personal Branding UMKM di Desa Sumput. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 154–160. <https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i2.15197>
- Qorih Verdiana, Y., Fachir, Z. A., & Ghoulzul, D. M. (2023). *The Growth Role of Artificial Intelligence (AI) in Strategy Management in UMKM*. 2(2), 201–210. <https://doi.org/10.55927/snimekb.v2i2.6981>
- Setiawan, J., & Hendayana, Y. (2024). Analysis Of The Influence Of Artificial Intelligence On Business Innovation (Literature Review Study). *Dinasti International Journal of Digital Business and Management (DIJDBM)*, 5(4). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v5i4>
- Setiawan, R., Toscani, A. N., Jasmir, Kurniabudi, Husaein, A., & Saputra, C. (2024). WORKSHOP PENGGUNAAN AI DALAM MEMBANGUN KESADARAN DAN KETERAMPILAN PADA POKDARWIS DI DESA WISATA KUALA JAMBI PROVINSI JAMBI. *Jurnal Pengabdian Masyarakat UNAMA*, 3(2), 1–6. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/jpmu/article/view/1885>
- Trifia, A., Alimuddin, S. M., Fitra, S., Mutiara, & Nita, R. (2024). TRANSFORMASI DIGITAL : PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DAN INOVASI PRODUK LAYANAN UMKM UNTUK MENARIK MINAT PELANGGAN DI ERA DIGITAL. *Journal Of Institution And Sharia Finance*, 7(1). <https://doi.org/10.24256/joins.v5i2.3360>
- Widiyanti. (2020). *STRATEGI PENGEMBANGAN DIGITALISASI USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM)*. 48.
- Wijoyo, H. (2020). *DIGITALISASI UMKM*. <https://www.researchgate.net/publication/345762231>