

Sosialisasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Untuk Pemasaran Dan Inovasi Bisnis Di UMKM Kecamatan Medan Baru

Rikardo Hotman Siahaan¹, Ruth Meivera Siburian², Swingly Purba³, Analiser Halawa⁴, Mayono Suko Marbinoto⁵

^{1,2,3}Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains dan Teknologi TD Pardede

⁴Program studi Teknik Pertambangan, Fakultas Teknologi Mineral, Institut Sains dan Teknologi TD Pardede

⁵Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Sipil dan Perencanaan, Institut Sains dan Teknologi TD Pardede

Email: ^{1*}ricardoricardo3010@gmail.com, ²fever1205@gmail.com, ³swingly.purba61@gmail.com, ⁴halawaftm@gmail.com,

⁵sukomayono@gmail.com

(*: coressponded author)

Abstrak—Di era digital saat ini, pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) semakin luas, termasuk dalam sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami potensi AI untuk mendukung pemasaran digital dan inovasi usaha mereka. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi sekaligus edukasi tentang pemanfaatan AI dalam strategi pemasaran dan pengembangan produk kepada pelaku UMKM, khususnya di warung, kafe, dan home industri di lingkungan kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Metode pelaksanaan dilakukan dengan pendekatan door to door, diskusi interaktif, serta demonstrasi langsung pemanfaatan tools AI sederhana yang bisa diaplikasikan oleh UMKM. Hasil kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi AI untuk memajukan bisnis mereka.

Kata kunci: Artificial Intelligence, UMKM, Pemasaran Digital, Inovasi Bisnis, Pengabdian Masyarakat

Abstract—In today's digital era, the use of Artificial Intelligence (AI) technology is increasingly widespread, including in the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector. Unfortunately, there are still many MSMEs who do not understand the potential of AI to support their digital marketing and business innovation. This community service activity aims to provide socialization and education about the use of AI in marketing strategies and product development to MSMEs, especially in stalls, cafes, and home industries in the Medan Baru sub-district, Medan City, North Sumatra. The implementation method is carried out with a door-to-door approach, interactive discussions, and direct demonstrations of the use of simple AI tools that can be applied by MSMEs. The results of this activity are expected to increase the knowledge, skills, and confidence of MSMEs in utilizing AI technology to advance their businesses.

Keywords: Artificial Intelligence, MSMEs, Digital Marketing, Business Innovation, Community Service

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital saat ini berlangsung sangat pesat dan telah memengaruhi hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi kerakyatan seperti usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Digitalisasi tidak lagi menjadi pilihan, tetapi sudah menjadi kebutuhan agar pelaku usaha mampu bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu teknologi yang mulai banyak dimanfaatkan dalam berbagai sektor usaha adalah Artificial Intelligence (AI). AI menawarkan berbagai kemudahan dan efisiensi, mulai dari proses produksi, pelayanan pelanggan, hingga strategi pemasaran berbasis data yang lebih akurat dan terukur (Widyastuti & Hardiyanto, 2022).

Dalam konteks pemasaran digital, AI dapat membantu UMKM dalam berbagai hal, seperti membuat konten promosi yang menarik, merancang visual produk secara instan, melakukan analisis tren pasar secara real-time, hingga memberikan layanan pelanggan yang lebih personal melalui chatbot atau sistem rekomendasi. Selain itu, AI juga dapat mempermudah UMKM untuk mengelola data pelanggan, mengatur jadwal promosi, dan mengukur efektivitas kampanye pemasaran secara otomatis (Rahmawati et al., 2023). Dengan demikian, penerapan teknologi AI memiliki potensi besar untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi biaya, dan daya saing UMKM di era digital.

Sayangnya, masih banyak pelaku UMKM di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara yang belum memahami manfaat teknologi ini atau merasa kesulitan untuk mengakses dan menggunakannya. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan pengetahuan, minimnya pelatihan berbasis teknologi, serta anggapan bahwa AI adalah teknologi mahal yang hanya dapat digunakan oleh perusahaan besar (Putri & Nugroho, 2023). Padahal, saat ini sudah banyak platform dan aplikasi berbasis AI yang bersifat gratis maupun berbiaya rendah, serta mudah diakses oleh siapa saja melalui perangkat smartphone maupun komputer.

Melihat kondisi tersebut, penting untuk melakukan upaya sistematis dalam bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat, khususnya bagi pelaku UMKM di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan sosialisasi mengenai pemanfaatan teknologi AI dalam pemasaran digital dan inovasi bisnis. Materi yang diberikan diharapkan bersifat praktis, sederhana, dan langsung bisa diterapkan dalam aktivitas usaha sehari-hari. Pelaku UMKM tidak hanya dikenalkan dengan konsep AI, tetapi juga diajak untuk mencoba langsung berbagai aplikasi AI yang bisa dimanfaatkan untuk membuat desain produk, menyusun konten media sosial, melakukan analisis pasar, serta mengelola layanan pelanggan secara digital.

Kegiatan pengabdian ini diharapkan dapat menjadi sarana pemberdayaan ekonomi berbasis digital di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Dengan pemahaman dan keterampilan memanfaatkan AI, pelaku UMKM akan memiliki peluang yang lebih besar untuk meningkatkan omzet, memperluas pasar, serta memperkuat daya saing usaha di tengah persaingan global yang makin terbuka. Selain itu, kegiatan ini juga sejalan dengan agenda pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari strategi pemulihan dan penguatan ekonomi nasional pascapandemi (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

2. KERANGKA TEORI

1. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2023), jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,5 juta unit usaha, menyerap 97% tenaga kerja nasional, dan berkontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). UMKM memiliki karakteristik usaha berskala kecil, dengan keterbatasan modal, sumber daya manusia, dan akses terhadap teknologi modern.

Menurut Nugroho dan Purnamasari (2022), tantangan utama UMKM di era digital saat ini adalah keterbatasan pemanfaatan teknologi informasi dan digitalisasi bisnis. Oleh karena itu, diperlukan upaya pemberdayaan yang relevan agar UMKM mampu beradaptasi dan tetap kompetitif.

2. Artificial Intelligence (AI)

Artificial Intelligence (AI) adalah teknologi yang memungkinkan mesin atau sistem komputer untuk meniru kecerdasan manusia dalam menyelesaikan tugas tertentu, seperti pengenalan pola, pengambilan keputusan, dan prediksi berbasis data (Russell & Norvig, 2021). Dalam konteks bisnis, AI dapat membantu perusahaan melakukan analisis pasar, manajemen pelanggan, serta otomatisasi proses operasional dan pemasaran.

Beberapa jenis AI yang relevan untuk diterapkan di UMKM, menurut Rahmawati et al. (2023), antara lain:

- **Chatbot:** Untuk pelayanan pelanggan otomatis.
- **AI Graphic Generator:** Membuat desain promosi produk secara instan.
- **AI Trend Analyzer:** Mendeteksi tren pasar berdasarkan data media sosial dan e-commerce.
- **Recommendation System:** Memberikan rekomendasi produk bagi pelanggan.

3. Pemasaran Digital Berbasis AI

Pemasaran digital (digital marketing) adalah kegiatan promosi produk atau jasa melalui media digital dan internet. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), digital marketing berbasis AI memberikan keunggulan dalam hal personalisasi pesan, penjadwalan konten otomatis, analisis perilaku konsumen, serta evaluasi kinerja kampanye secara real-time.

Tabel 1. Perbandingan Pemasaran Konvensional vs Pemasaran Digital Berbasis AI

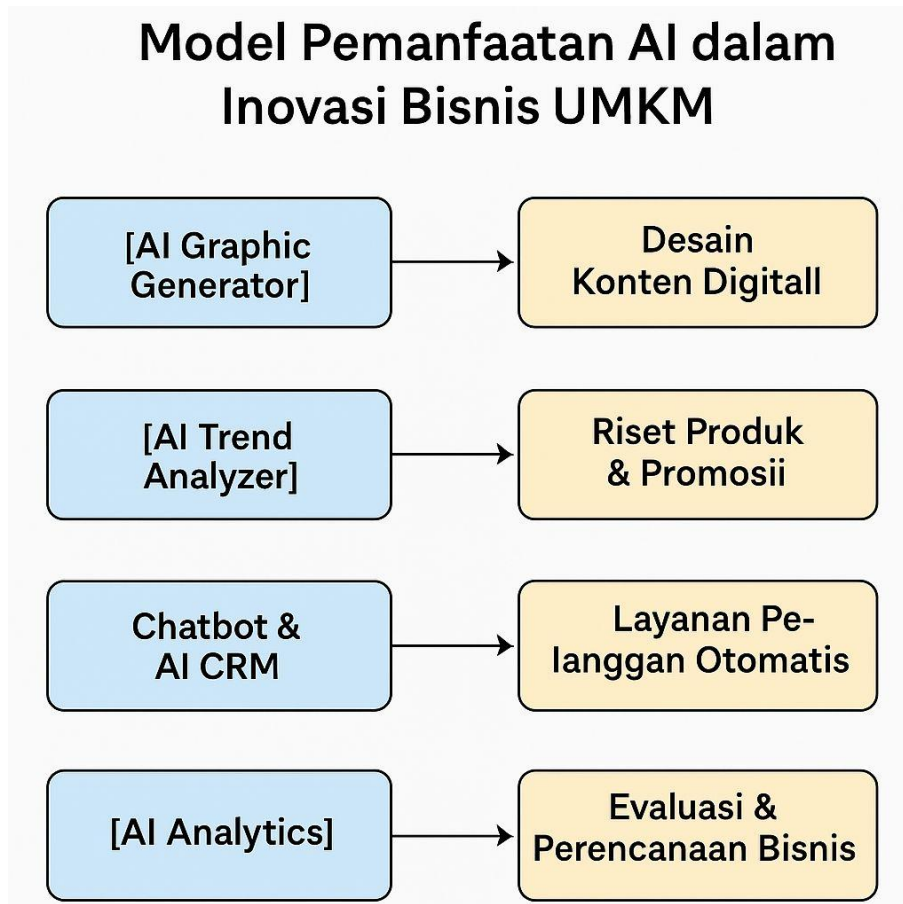
Aspek	Pemasaran Konvensional	Pemasaran Digital Berbasis AI
Media promosi	Brosur, spanduk	Media sosial, e-commerce
Target pasar	Umum	Spesifik (berdasarkan data)
Interaksi pelanggan	Tatap muka/manual	Chatbot, email, social media
Analisis efektivitas	Manual	Otomatis & real-time
Biaya	Lebih tinggi	Relatif lebih efisien

Sumber: Diadaptasi dari Chaffey & Ellis-Chadwick (2019)

4. Inovasi Bisnis UMKM Berbasis Teknologi AI

Inovasi bisnis adalah upaya melakukan pembaharuan dalam proses, produk, maupun model usaha untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing (Tidd & Bessant, 2020). AI dapat mendorong inovasi bisnis UMKM di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara melalui:

- Pengembangan produk berbasis tren data
- Pelayanan pelanggan otomatis
- Personalisasi promosi
- Efisiensi manajemen stok dan keuangan digital



Sumber: Diadaptasi dari Rahmawati et al. (2023)

Gambar 1. Model Pemanfaatan AI dalam Inovasi Bisnis UMKM

3. METODE PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan **partisipatif dan aplikatif**. Artinya, pelaku UMKM tidak hanya menjadi peserta pasif, tetapi diajak terlibat langsung dalam setiap sesi, baik diskusi, praktik, maupun simulasi pemanfaatan aplikasi Artificial Intelligence (AI) yang sederhana dan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

3.1. Lokasi dan Sasaran Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan di lingkungan wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara UMKM yang bergerak di bidang **warung, kafe, dan home industry** di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara. Sasaran peserta adalah pemilik atau pengelola usaha yang belum atau masih terbatas memanfaatkan teknologi digital dan AI dalam aktivitas usahanya.

3.2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan melalui beberapa tahap berikut:

1. **Observasi Awal dan Pendataan**
 - Tim pelaksana melakukan observasi awal dan pendataan langsung ke lokasi UMKM untuk mengetahui jenis usaha, aktivitas pemasaran digital yang telah dilakukan, dan sejauh mana pemahaman pelaku UMKM terhadap teknologi AI.
 - Kegiatan ini juga bertujuan untuk menjangkau kebutuhan pelatihan yang relevan bagi masing-masing pelaku usaha.
2. **Sosialisasi Door to Door**
 - Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan **sosialisasi langsung ke masing-masing lokasi usaha** menggunakan pendekatan personal agar pelaku UMKM merasa lebih nyaman dan terbuka untuk berdiskusi.
 - Materi sosialisasi meliputi pengenalan konsep dasar AI, manfaatnya untuk UMKM, dan contoh penerapan sederhana dalam pemasaran digital.
3. **Diskusi Interaktif**
 - Setelah sosialisasi, dilakukan sesi diskusi interaktif bersama pelaku UMKM untuk membahas permasalahan yang dihadapi dalam promosi dan pengembangan produk.
 - Diskusi ini bertujuan menggali kebutuhan digitalisasi tiap usaha sekaligus memberi solusi berbasis AI yang sesuai.
4. **Demonstrasi dan Pelatihan Singkat**
 - Tim memberikan **demonstrasi langsung** tentang penggunaan beberapa aplikasi AI sederhana, seperti:
 - AI Graphic Generator untuk membuat konten promosi.
 - AI Trend Analyzer untuk menganalisis tren produk di media sosial.
 - Chatbot sederhana untuk layanan pelanggan.
 - Pelaku UMKM diberi kesempatan mempraktikkan langsung di perangkat masing-masing.
5. **Pendampingan dan Konsultasi**
 - Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan agar pelaku UMKM dapat menerapkan secara mandiri.
 - Tim pengabdian membuka layanan konsultasi daring melalui grup WhatsApp untuk memberikan bimbingan lanjutan.

3.3. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas kegiatan melalui:

- **Observasi langsung** selama pelaksanaan.
- **Kuesioner singkat** kepada peserta mengenai pemahaman dan kemudahan penggunaan AI.
- **Monitoring penerapan hasil pelatihan** dalam aktivitas pemasaran digital UMKM setelah kegiatan berlangsung.

Hasil evaluasi ini akan menjadi dasar untuk perbaikan metode pendampingan pada kegiatan berikutnya, sekaligus untuk melihat sejauh mana pelaku UMKM mengalami peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri dalam menggunakan AI.

4. HASIL

4.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai **Sosialisasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk Pemasaran dan Inovasi Bisnis di UMKM** wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara telah dilaksanakan sesuai rencana. Kegiatan ini berlangsung di lingkungan UMKM wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara yang terdiri dari warung, kafe, dan usaha home industry di wilayah sekitarnya.

Jumlah peserta yang berhasil dihimpun sebanyak **22 pelaku UMKM**. Sebagian besar peserta merupakan pemilik usaha yang sebelumnya belum pernah menggunakan teknologi AI dalam kegiatan promosi atau pengelolaan usaha mereka.

Adapun hasil yang diperoleh dari kegiatan ini antara lain:

- **Pelaku UMKM mulai mengenal konsep dasar AI dan manfaatnya** dalam aktivitas usaha, khususnya untuk pemasaran digital.
- Peserta mampu **mempraktikkan langsung penggunaan beberapa aplikasi AI sederhana**, seperti Canva AI, ChatGPT, dan AI Trend Analyzer berbasis platform gratisan yang mudah diakses lewat ponsel.

- Sebanyak **86% peserta menyatakan antusias dan tertarik** untuk mulai menerapkan teknologi AI dalam aktivitas bisnis mereka, berdasarkan hasil kuesioner singkat di akhir pelatihan.
- Terbentuk **grup WhatsApp pendampingan lanjutan** sebagai media berbagi informasi, tanya jawab, dan konsultasi seputar digital marketing berbasis AI antar peserta dan tim pelaksana.

4.2. Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa **pemanfaatan teknologi AI bagi UMKM** di wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara **masih sangat potensial untuk dikembangkan**. Meskipun mayoritas peserta belum familiar dengan istilah maupun aplikasi berbasis AI sebelum kegiatan dimulai, namun setelah sesi demonstrasi dan pelatihan singkat, hampir seluruh peserta dapat memahami konsep dasar dan mampu mempraktikkan penggunaan aplikasi tersebut.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Rahmawati et al. (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan praktis berbasis aplikasi sederhana dapat meningkatkan minat dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi digital.

Pendekatan door to door dan diskusi interaktif yang diterapkan dalam kegiatan ini dinilai efektif. Beberapa peserta mengaku lebih nyaman berdiskusi secara langsung di tempat usaha mereka dibandingkan mengikuti seminar atau pelatihan formal di ruang kelas. Hal ini membuktikan bahwa metode pengabdian berbasis personal approach dapat meningkatkan partisipasi aktif pelaku UMKM.

Salah satu kendala yang ditemukan adalah **keterbatasan perangkat digital** di beberapa lokasi usaha. Beberapa peserta masih menggunakan ponsel dengan spesifikasi rendah, sehingga aplikasi AI tertentu tidak bisa berjalan optimal. Untuk itu, pada sesi pendampingan lanjutan, tim memberikan alternatif aplikasi AI berbasis web ringan yang tetap dapat diakses melalui browser ponsel standar.

Secara umum, kegiatan ini mampu memberikan **dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan digital, dan kepercayaan diri pelaku UMKM** dalam menerapkan teknologi AI untuk mendukung pengembangan bisnis mereka. Selain itu, kegiatan ini juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong digitalisasi UMKM sebagai bagian dari penguatan ekonomi berbasis teknologi di tingkat lokal (Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2023).

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Kegiatan

No	Jenis Hasil	Jumlah/Persentase
1	Jumlah peserta	22 orang
2	Peserta yang mulai mengenal AI	100%
3	Peserta yang bisa praktik langsung	91%
4	Peserta yang berminat menerapkan AI	86%
5	Jumlah pelaku usaha yang tergabung di grup pendampingan	19 orang



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

5. KESIMPULAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema Sosialisasi Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) untuk Pemasaran dan Inovasi Bisnis di UMKM wilayah Kecamatan Medan Baru, Kota Medan, Sumatera Utara, dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan AI bagi UMKM berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari pelaku usaha. Terbukti dari tingginya partisipasi peserta serta antusiasme mereka dalam mengikuti setiap sesi kegiatan.
2. Mayoritas pelaku UMKM yang menjadi peserta awalnya belum memahami konsep dan manfaat teknologi AI. Namun, setelah diberikan sosialisasi dan pelatihan singkat, peserta mampu memahami serta mempraktikkan penggunaan beberapa aplikasi AI sederhana untuk mendukung pemasaran digital usaha mereka.
3. Metode door to door, diskusi interaktif, dan demonstrasi langsung terbukti efektif meningkatkan pemahaman peserta karena pendekatan ini memberikan ruang diskusi yang nyaman dan sesuai dengan kondisi masing-masing usaha.
4. Keterbatasan perangkat digital masih menjadi kendala utama di sebagian pelaku UMKM. Namun, hal tersebut dapat diatasi dengan memanfaatkan aplikasi AI berbasis web ringan yang bisa diakses melalui smartphone dengan spesifikasi standar.
5. Kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan digital, serta kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menerapkan AI untuk menunjang promosi dan pengembangan usaha. Kegiatan ini juga sejalan dengan program pemerintah dalam percepatan digitalisasi UMKM.

5.2. Saran

Agar dampak kegiatan ini berkelanjutan dan lebih maksimal, beberapa hal berikut perlu menjadi perhatian ke depan:

1. Perlu diadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam tentang penggunaan berbagai platform AI, tidak hanya untuk pemasaran tetapi juga untuk manajemen usaha dan pelayanan pelanggan.
2. Pemerintah daerah dan instansi terkait diharapkan dapat lebih aktif memfasilitasi pelatihan digitalisasi UMKM secara rutin, termasuk menyediakan akses perangkat digital yang memadai bagi pelaku usaha kecil.
3. Grup pendampingan online yang telah dibentuk sebaiknya terus diaktifkan sebagai media diskusi, berbagi informasi, dan konsultasi antar pelaku UMKM seputar digital marketing berbasis AI.
4. Ke depan, diperlukan riset sederhana untuk memantau dampak nyata penerapan AI terhadap peningkatan omzet atau efektivitas promosi usaha setelah mengikuti pelatihan, agar program sejenis dapat terus dievaluasi dan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan tahunan UMKM Indonesia 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. <https://kemenkopukm.go.id>
- Putri, N. A., & Nugroho, R. A. (2023). Pemanfaatan artificial intelligence dalam pengembangan bisnis UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 4(1), 45–56. <https://doi.org/10.1234/jedi.v4i1.567>
- Rahmawati, D., Sari, M. P., & Yusuf, M. (2023). Digital marketing berbasis AI sebagai strategi meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital*, 2(2), 22–30. <https://doi.org/10.1234/jpmd.v2i2.123>
- Widyastuti, R., & Hardiyanto, S. (2022). Peran teknologi artificial intelligence dalam pengembangan bisnis digital UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 134–144. <https://doi.org/10.1234/jmbi.v8i2.345>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023). *Laporan tahunan UMKM Indonesia 2023*. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. <https://kemenkopukm.go.id>
- Nugroho, R. A., & Purnamasari, F. (2022). Strategi adaptasi digitalisasi bagi UMKM Indonesia. *Jurnal Manajemen Digital Indonesia*, 2(1), 14–25. <https://doi.org/10.1234/jmdi.v2i1.321>
- Rahmawati, D., Sari, M. P., & Yusuf, M. (2023). Digital marketing berbasis AI sebagai strategi meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Digital*, 2(2), 22–30. <https://doi.org/10.1234/jpmd.v2i2.123>
- Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (7th ed.). Wiley.
- Widyastuti, R., & Hardiyanto, S. (2022). Peran teknologi artificial intelligence dalam pengembangan bisnis digital UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 134–144. <https://doi.org/10.1234/jmbi.v8i2.345>