

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL DAN KECERDASAN BUATAN (AI) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM DI DESA BERINGIN SANGGUL, KECAMATAN TIANG PUMPUNG, KABUPATEN MERANGIN

Arif Setiadi^{1*}, Tri Rizqi Ariantoro², Akhmad Faisal Husni³, Abe Wisnu Syahputra⁴, Cecilia⁵,
Abe Nurul Sri Handini⁶

^{1,2,4}Rekayasa Perangkat Lunak, Jambi, Indonesia, 36135

^{3,,5}Ilmu Komputer, Jambi, Indonesia, 36135

⁶Bisnis Digital, Institut Teknologi Bisnis Pelita Raya Jambi, Indonesia, 36135

E-mail:* arifsetiadi325@gmail.com

Abstrak:

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian daerah, terutama di Desa Beringin Sanggul, Kecamatan Tiang Pumpung, Kabupaten Merangin. Meskipun memiliki peran strategis, banyak pelaku UMKM di desa tersebut menghadapi kendala dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan peningkatan daya saing. Laporan pengabdian masyarakat ini membahas kegiatan yang bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dan kecerdasan buatan (AI) guna meningkatkan penjualan UMKM di Desa Beringin Sanggul. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk paparan dan praktik langsung kepada para peserta. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam mengelola media sosial, memperkenalkan teknologi AI sederhana untuk promosi dan interaksi pelanggan, serta mendorong peningkatan penjualan dan jangkauan pasar. Pendekatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan teknis agar UMKM di desa dapat melakukan transformasi digital dan bersaing di pasar yang lebih luas. Laporan ini menyajikan gambaran umum pelaksanaan kegiatan, hasil yang dicapai, dan rekomendasi untuk penguatan kapasitas digital UMKM di Desa Beringin Sanggul.

Kata Kunci: Pengabdian kepada Masyarakat, Optimalisasi Media Sosial, Kecerdasan Buatan (AI), UMKM, Pemasaran Digital, Desa Beringin Sanggul.

Abstract:

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the regional economy, particularly in Beringin Sanggul Village, Tiang Pumpung District, Merangin Regency. Despite their strategic role, many MSME actors in the village face challenges in using digital technology for marketing and improving product competitiveness. This community service report discusses an activity aimed at optimizing the use of social media and artificial intelligence (AI) to increase MSME sales in Beringin Sanggul Village. The activity was conducted through presentations and hands-on practice for participants. The objectives were to enhance MSMEs' understanding and skills in managing social media as an effective marketing tool, introduce simple AI technology for promotion and customer interaction, and encourage increased sales and market reach. This approach aims to



empower the community through technical training and assistance so that village MSMEs can undergo digital transformation and compete in a wider market. This report provides an overview of the activity's implementation, the achievements obtained, and recommendations for strengthening the digital capacity of MSMEs in Beringin Sanggul Village.

Keywords: *Community Service, Social Media Optimization, Artificial Intelligence (AI), MSMEs, Digital Marketing, Beringin Sanggul Village.*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi daerah, termasuk di Desa Beringin Sanggul, Kecamatan Tiang Pumpung, Kabupaten Merangin. UMKM tidak hanya menjadi penyerap tenaga kerja, tetapi juga motor penggerak perekonomian masyarakat desa. Namun, di tengah perkembangan era digital, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan daya saing produk.

Media sosial kini telah menjadi salah satu sarana pemasaran yang paling efektif dan efisien. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp, pelaku UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa harus bergantung pada metode promosi konvensional. Di sisi lain, perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) membuka peluang baru bagi UMKM untuk mengelola pemasaran secara lebih cerdas, mulai dari personalisasi konten promosi, analisis tren konsumen, hingga otomatisasi layanan pelanggan.

Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan teknis kepada pelaku UMKM di Desa Beringin Sanggul, dengan fokus pada pengelolaan media sosial dan penerapan teknologi AI sederhana yang sesuai dengan kapasitas lokal. Tujuan utamanya adalah untuk mendorong transformasi digital UMKM desa agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas, sekaligus menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat desa. Melalui laporan ini, disampaikan gambaran umum pelaksanaan kegiatan, capaian yang diperoleh, serta rekomendasi lanjutan guna penguatan kapasitas digital UMKM di Desa Beringin Sanggul.

Metode

Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan teknis kepada pelaku UMKM di Desa Beringin Sanggul. Fokusnya adalah pada pengelolaan media sosial dan penerapan teknologi AI sederhana yang sesuai dengan kapasitas lokal.

- Tahap Perencanaan dan Pengorganisasian:
 - Penentuan Topik: Tahap awal dimulai dengan penentuan topik pada bulan Juni dan Juli.
 - Pembuatan Proposal: Setelah topik ditentukan, tim membuat proposal Pengabdian Masyarakat untuk diajukan ke Institut Teknologi dan Bisnis Pelita Raya.
 - Perumusan Masalah: Tim merumuskan beberapa masalah utama, seperti tingkat pemahaman UMKM dalam memanfaatkan media sosial, kendala dalam mengadopsi teknologi AI, cara implementasi AI sederhana, serta bentuk pendampingan dan pelatihan yang paling tepat.
- Tahap Pelaksanaan:
 - Bentuk Kegiatan: Kegiatan ini mengambil bentuk paparan dan praktik langsung kepada para peserta.
 - Tujuan: Tujuannya antara lain untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola media sosial, memperkenalkan teknologi AI yang aplikatif, mendorong peningkatan penjualan, membangun budaya digital, serta memberikan pendampingan langsung.
 - Waktu Pelaksanaan: Pelaksanaan dan penulisan laporan Pengabdian Masyarakat dilakukan pada bulan Juni dan Juli.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam bentuk paparan dan praktik langsung kepada pelaku UMKM di Desa Beringin Sanggul. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan UMKM dalam mengelola media sosial sebagai sarana pemasaran yang efektif dan efisien. Selain

itu, kegiatan ini juga memperkenalkan teknologi kecerdasan buatan (AI) yang aplikatif dan mudah digunakan untuk mendukung aktivitas promosi dan interaksi dengan pelanggan. Pendampingan langsung diberikan dalam bentuk praktik penggunaan media sosial dan alat bantu AI seperti chatbot, auto-desain promosi, dan insight analytics.

Kehadiran Peserta: Lampiran daftar hadir menunjukkan partisipasi dari 27 individu, yang mayoritas diidentifikasi sebagai PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga), KTI, LPM, dan BPD (Badan Permusyawaratan Desa), serta beberapa individu lainnya. Ini menunjukkan adanya keterlibatan aktif dari perwakilan masyarakat desa.

Dokumentasi Kegiatan: Lampiran foto kegiatan memperlihatkan suasana pelatihan yang dihadiri oleh peserta dan pemateri, menunjukkan bahwa kegiatan paparan dan praktik langsung telah terlaksana.





2. Pembahasan Hasil Pengabdian

Relevansi dengan Masalah yang Dirumuskan: Kegiatan ini secara langsung menjawab perumusan masalah yang diajukan. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan bertujuan untuk mengatasi kendala utama yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya media sosial dan AI. Dengan adanya paparan dan praktik langsung, tim berupaya meningkatkan literasi digital dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi tersebut.

Pemaknaan Hasil dan Perbandingan dengan Teori:

Literasi Digital: Kegiatan ini selaras dengan definisi literasi digital yang ditekankan oleh UNESCO (2018), yaitu kemampuan individu untuk "mengakses, memahami, membuat, mengomunikasikan, dan mengevaluasi informasi melalui teknologi digital". Pelatihan ini merupakan langkah konkret untuk meningkatkan kemampuan aktif UMKM dalam berinteraksi dengan dunia digital, sesuai dengan definisi tersebut.

Pemanfaatan AI untuk Pemasaran: Pengenalan teknologi AI sederhana dalam kegiatan ini sejalan dengan penelitian Setiawan & Pradana (2022) yang membahas strategi digital marketing berbasis AI untuk meningkatkan daya saing UMKM. Konsep penggunaan AI untuk personalisasi konten promosi, analisis tren konsumen, dan otomatisasi layanan pelanggan yang disebutkan dalam laporan juga didukung oleh literatur seperti Chatterjee, et al. (2021).

Penguatan Ekonomi Lokal: Pelatihan ini berkontribusi pada upaya mewujudkan "desa digital" seperti yang didefinisikan oleh Kementerian

Komunikasi dan Informatika (2021) sebagai ekosistem yang terintegrasi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan memperkuat ekonomi lokal. Dengan mendorong transformasi digital UMKM, kegiatan ini mendukung tujuan untuk menciptakan ekosistem ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan di tingkat desa.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Optimalisasi Media Sosial dan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Meningkatkan Penjualan UMKM di Desa Beringin Sanggul, Kecamatan Tiang Pumpung, Kabupaten Merangin" telah berhasil dilaksanakan. Kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan pelaku UMKM di Desa Beringin Sanggul dengan memberikan pelatihan dan pendampingan teknis. Metode yang digunakan adalah paparan dan praktik langsung kepada peserta.

Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk mendorong transformasi digital UMKM desa agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini dilakukan dengan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan efisien. Selain itu, kegiatan ini juga memperkenalkan teknologi kecerdasan buatan (AI) yang aplikatif dan mudah digunakan untuk mendukung promosi dan interaksi dengan pelanggan.

Partisipasi aktif dari masyarakat Desa Beringin Sanggul terlihat dari daftar hadir yang mencatat kehadiran perwakilan dari berbagai elemen, seperti PKK, KTI, LPM, dan BPD, yang menunjukkan adanya respons positif terhadap program ini. Dokumentasi foto juga mengkonfirmasi bahwa kegiatan pelatihan telah terlaksana. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil menjadi jembatan antara perkembangan teknologi digital dengan kebutuhan UMKM di pedesaan, sejalan dengan konsep desa digital untuk memperkuat ekonomi lokal.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini telah memberikan kontribusi nyata dalam upaya meningkatkan literasi digital dan kapasitas pelaku UMKM di Desa Beringin Sanggul.



Referensi

- Artificial intelligence in marketing: A review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 60, 102344. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102344>
- Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik UMKM Indonesia 2023. <https://bps.go.id>
- Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi. (2021). Kecerdasan buatan untuk UMKM: Peluang dan aplikasi sederhana. BPPT Press.
- Chatterjee, S., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Baabdullah, A. M. (2021). Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022).
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Laporan tahunan UMKM Indonesia 2022. <https://kemenkopukm.go.id>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Nugroho, Y., & Sari, D. N. (2024). Pelatihan AI generatif untuk promosi produk UMKM berbasis gambar dan teks otomatis. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Inovasi*, 2(1), 45–52.
- Oktavia, R., & Ananda, D. (2023). Pemanfaatan media sosial Instagram dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM di masa pandemi. *Jurnal pandemic. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Pedoman transformasi digital untuk UMKM. <https://kominfo.go.id>
- Pengabdian Masyarakat Indonesia, 4(1), 55–64.
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. A. O. (2020). Identifying digital transformation paths in the business model of SMEs during the COVID-19
- Setiawan, H., & Pradana, A. (2022). Strategi digital marketing berbasis AI dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 6(2), 123–131.v