

Implementasi Teknologi AI dalam Promosi UMKM: Program Pemberdayaan Komunitas Orang Tua SD Kanisius Kadirojo

F S Rahayu^{*1}, R Perwiratama², S F Saragih³

¹⁻³Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

E-mail: spty.rahayu@uajy.ac.id¹, rangga.perwiratama@uajy.ac.id²,
231712600@students.uajy.ac.id³

Abstrak. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kemampuan teknologi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis rumah tangga yang dikelola oleh orang tua murid SD Kanisius Kadirojo. Kegiatan ini hadir sebagai respons terhadap masih terbatasnya pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam promosi usaha, serta berfokus pada pembekalan keterampilan praktis dalam pembuatan konten promosi berbasis AI. Melalui kombinasi ceramah interaktif dan praktik langsung, peserta dilatih menggunakan Google Gemini untuk menghasilkan *copywriting* dan strategi konten, Canva dan Canva AI untuk membuat desain visual promosi, Google Business Profile untuk memperkuat kehadiran digital, serta perangkat pembuat video berbasis AI untuk pemasaran produk. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman dan keterampilan peserta, di mana seluruh responden menunjukkan pemahaman yang kuat mengenai konsep AI dan lebih dari 70% melaporkan peningkatan keterampilan praktis. Peserta juga menunjukkan motivasi tinggi untuk terus memanfaatkan AI dalam pengembangan usaha mereka. Secara keseluruhan, program ini membuktikan bahwa literasi AI dapat memberdayakan pelaku UMKM dalam meningkatkan efektivitas promosi, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat daya saing di era digital. Rekomendasi program meliputi penyediaan pelatihan lanjutan mengenai manajemen keuangan digital serta replikasi kegiatan di komunitas lain untuk memperluas dampak transformasi digital bagi UMKM.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan; Literasi Digital; Konten Promosi; Pengabdian kepada Masyarakat; Pemberdayaan UMKM.

Abstract. This community service program aims to enhance the digital literacy and technological capabilities of home-based Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by parents of students at SD Kanisius Kadirojo. The initiative responds to the limited use of artificial intelligence (AI) in business promotion and focuses on equipping participants with practical skills to develop AI-assisted promotional content. Through a combination of interactive lectures and hands-on practice, participants learned to utilize Google Gemini for generating marketing copy and content strategies, Canva and Canva AI for designing promotional visuals, Google Business Profile to strengthen online presence, and AI-based video creation tools for product marketing. Evaluation results indicate significant improvements in participants' understanding and proficiency, with all respondents demonstrating strong comprehension of AI concepts and over 70% reporting substantial increases in practical skills. Participants also expressed high motivation to continue utilizing AI to support their business growth. Overall, the program demonstrates that AI literacy can empower MSME actors to enhance promotional effectiveness, expand market reach, and strengthen competitiveness in the digital era. Recommendations include offering advanced training on digital financial management and replicating the program in other communities to broaden the impact of digital adoption among micro-enterprises.

Keywords: Artificial Intelligence; Digital Literacy; Promotional Content; Community Service; MSME Empowerment

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki posisi yang sangat strategis dalam pembangunan ekonomi Indonesia [1]. Dengan jumlah pelaku yang mencapai sekitar 65,5–66 juta unit usaha, sektor ini mendominasi struktur ekonomi nasional dan berperan dalam menjaga stabilitas ekonomi masyarakat. Sebagian besar UMKM merupakan usaha rumah tangga yang dijalankan secara formal maupun informal oleh anggota keluarga, sehingga keberadaannya sangat dekat dengan dinamika sosial dan ekonomi keluarga Indonesia. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), yakni sekitar 61% [2], serta menyerap kurang lebih 119 juta tenaga kerja atau 97% dari seluruh angkatan kerja nasional. Besarnya kontribusi ini menegaskan bahwa UMKM merupakan penopang utama sistem perekonomian nasional dan menjadi sumber pendapatan penting bagi jutaan rumah tangga di Indonesia [3].

Karena sebagian besar UMKM tumbuh dari aktivitas ekonomi rumah tangga [4], operasionalnya sering kali terintegrasi dengan kehidupan keluarga. Pengelolaan usaha melibatkan pembagian peran antar anggota keluarga, penggunaan modal yang bersumber dari pendapatan rumah tangga, serta strategi pemasaran yang masih sederhana dan memanfaatkan jaringan sosial lokal. Meskipun pola ini memperkuat ketahanan ekonomi keluarga, keterbatasan akses terhadap teknologi, jaringan pemasaran yang lebih luas, dan kemampuan manajerial modern sering kali menghambat pertumbuhan usaha. Salah satu hambatan utama adalah minimnya pemahaman mengenai pemasaran digital dan teknologi pendukung lainnya yang saat ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM [5].

Peran perempuan dalam UMKM juga sangat dominan. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sekitar 64,5% pelaku UMKM di Indonesia adalah perempuan, yakni sekitar 37 juta orang. Angka ini mencerminkan betapa pentingnya kontribusi perempuan terhadap aktivitas ekonomi nasional. Bahkan menurut Kamar Dagang dan Industri Indonesia (Kadin), kontribusi perempuan melalui UMKM mencapai sekitar 61% terhadap PDB [6]. Banyak perempuan yang menjalankan usaha sambil mengelola tugas rumah tangga, sehingga posisi mereka sangat strategis dalam menggerakkan ekonomi lokal dan menjaga ketahanan ekonomi keluarga [7]. Namun demikian, literasi digital yang masih rendah membuat mereka sulit mengadopsi strategi pemasaran *online* secara optimal. Hanya sebagian kecil pelaku UMKM perempuan yang mampu memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar, membangun *brand*, atau meningkatkan daya saing produk mereka [8].

Pemanfaatan teknologi digital, termasuk kecerdasan artifisial (*Artificial Intelligence/AI*), sebenarnya membuka peluang besar bagi UMKM, terutama dalam aktivitas pemasaran dan promosi. Saat ini, AI mampu menghasilkan konten pemasaran dalam bentuk teks maupun visual secara cepat, mudah, dan murah. AI dapat membantu pelaku usaha dalam merancang deskripsi produk, membuat slogan yang menarik, menghasilkan *caption* media sosial, hingga memberikan rekomendasi desain grafis sederhana seperti pemilihan warna dan tata letak visual [9], [10]. Teknologi ini berpotensi membantu UMKM untuk memproduksi konten promosi yang konsisten dan berkualitas tanpa harus bergantung pada jasa profesional yang biayanya relatif tinggi. Sayangnya, sebagian besar pelaku UMKM rumah tangga belum memahami manfaat tersebut karena keterbatasan literasi teknologi dan belum adanya pendampingan yang intensif [11].

Dalam konteks komunitas pendidikan, SD Kanisius Kadirojo menjadi salah satu lingkungan yang relevan dalam memahami peran UMKM berbasis rumah tangga. Sekolah yang berdiri sejak 1 Agustus 1924 dan telah berusia lebih dari satu abad ini berada di bawah Yayasan Kanisius Yogyakarta dan memiliki visi menjadi komunitas pendidikan yang transformatif dan menumbuhkan kemerdekaan berpikir [12], [13]. Dengan jumlah pendidik yang cukup besar (12 guru kelas, 8 guru mata pelajaran, 1 kepala sekolah, dan 4 staf) serta didukung oleh Komite Sekolah yang terdiri dari orang tua murid, SD Kanisius Kadirojo memiliki wadah kolaborasi yang potensial dalam pengembangan kapasitas komunitas sekolah, termasuk orang tua murid.

Banyak orang tua murid di SD Kanisius Kadirojo yang menjalankan usaha kecil sebagai bagian dari ekonomi rumah tangga, seperti usaha kuliner rumahan, jasa, kerajinan, dan perdagangan kecil. Komite Sekolah memiliki program pengembangan kapasitas bagi guru dan orang tua murid, sehingga pelatihan yang relevan dengan kebutuhan ekonomi keluarga menjadi sangat strategis. Dalam era digital seperti

saat ini, peningkatan literasi dan keterampilan pemanfaatan AI untuk promosi usaha menjadi kebutuhan mendesak bagi para orang tua murid yang berperan sebagai pelaku UMKM [14].

Kemajuan teknologi digital dan semakin ketatnya persaingan pasar menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi. Penguasaan AI bukan lagi sekadar kemampuan tambahan, tetapi sudah menjadi kompetensi penting dalam menjalankan usaha, terutama terkait promosi [15]. Oleh karena itu, pelatihan mengenai pemanfaatan AI bagi orang tua murid pelaku UMKM tidak hanya bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan pemasaran, tetapi juga berpotensi meningkatkan kesejahteraan keluarga, keberlanjutan usaha, dan daya saing produk di pasar digital.

2. Analisis Situasi

Komunitas orang tua murid SD Kanisius Kadirojo terdiri dari beragam latar belakang sosial ekonomi, salah satunya sebagai pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis rumah tangga. Pemilihan komunitas ini sebagai mitra kegiatan pengabdian dilandasi oleh permintaan langsung dari pihak mitra, khususnya perwakilan orang tua murid melalui Komite Sekolah, yang menyampaikan kebutuhan akan pelatihan promosi usaha berbasis teknologi digital. Sebagian besar usaha yang dijalankan masih berskala kecil dan dikelola secara sederhana dari rumah, dengan jangkauan pemasaran yang terbatas pada lingkungan sekitar.

Meskipun hampir seluruh orang tua murid telah menggunakan telepon pintar dan media sosial, pemanfaatannya untuk kepentingan usaha masih minimal dan bersifat konvensional. Selain itu, pengetahuan mengenai pemanfaatan kecerdasan artifisial (AI) dalam promosi usaha masih sangat terbatas, sehingga konten promosi belum dikelola secara efektif. Kondisi ini berdampak pada stagnasi pertumbuhan usaha dan rendahnya daya saing di tengah meningkatnya persaingan pasar digital.

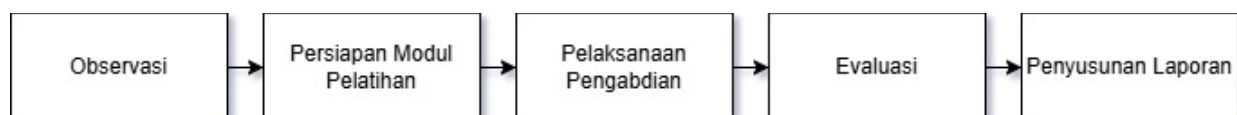
Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian ini dilaksanakan untuk menjawab kebutuhan mitra melalui pelatihan pemanfaatan AI sebagai alat pendukung promosi UMKM. Program ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, kemampuan produksi konten promosi, serta memperluas jangkauan pasar, sehingga mendukung keberlanjutan usaha dan penguatan ekonomi rumah tangga orang tua murid.

3. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dirancang untuk menjawab permasalahan mitra berupa rendahnya literasi dan pemanfaatan teknologi kecerdasan artifisial (AI) dalam kegiatan promosi UMKM berbasis rumah tangga. Alur pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijelaskan melalui lima tahapan utama sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan tim pengabdian yang terdiri dari dua dosen dan lima mahasiswa dari Program Studi Sistem Informasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Dua dosen berperan sebagai penanggung jawab utama kegiatan, yang meliputi perencanaan program, koordinasi dengan mitra, penyusunan materi pelatihan, serta evaluasi pelaksanaan dan luaran kegiatan. Salah satu dosen juga bertindak sebagai koordinator lapangan yang memastikan keterlaksanaan kegiatan sesuai dengan rencana.

Lima mahasiswa terlibat sebagai asisten pengabdian yang berperan dalam membantu proses observasi awal, pendampingan peserta saat sesi praktik, dokumentasi kegiatan, serta membantu peserta dalam penggunaan aplikasi digital dan perangkat AI selama pelatihan berlangsung. Keterlibatan mahasiswa ini tidak hanya mendukung kelancaran teknis kegiatan, tetapi juga menjadi bagian dari pembelajaran kontekstual mahasiswa dalam menerapkan keilmuan Sistem Informasi secara langsung pada kegiatan pemberdayaan masyarakat.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan

3.1. Observasi

Pada tahap observasi, tim pengabdian melakukan identifikasi kondisi aktual mitra melalui pendekatan kualitatif dan partisipatif. Observasi dilakukan melalui diskusi awal dan wawancara informal dengan

perwakilan orang tua murid yang tergabung dalam Komite Sekolah SD Kanisius Kadirojo untuk menggali jenis usaha yang dijalankan, pengalaman promosi, serta kendala dalam pemanfaatan teknologi digital.

Selain itu, tim melakukan pengamatan langsung terhadap praktik promosi usaha mitra melalui media sosial. Hasil pengamatan menunjukkan bahwa promosi masih bersifat sederhana, tidak terencana, dan belum didukung oleh identitas digital usaha yang memadai. Melalui tanya jawab terarah, diperoleh informasi bahwa meskipun mitra telah menggunakan telepon pintar, pemanfaatan teknologi digital dan kecerdasan artifisial (AI) untuk promosi usaha masih sangat terbatas. Temuan pada tahap observasi ini digunakan sebagai dasar perancangan materi dan metode pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

3.2. *Persiapan Modul Pelatihan*

Setelah mendapatkan gambaran kebutuhan mitra, tim menyusun modul pelatihan yang meliputi materi literasi AI, pembuatan konten promosi, penggunaan Google Gemini, pembuatan Google Business Profile, serta penggunaan Canva dan aplikasi pendukung lainnya. Modul disesuaikan agar mudah dipahami oleh pelaku UMKM berbasis rumah tangga dan berfokus pada praktik langsung melalui contoh nyata.

Pelatihan menggunakan sejumlah aplikasi digital dan AI yang mudah diakses, efektif, dan relevan untuk mendukung promosi UMKM, yaitu:

- a. Google Gemini
Digunakan sebagai generator ide, penulisan konten promosi, pembuatan deskripsi produk, caption, slogan, serta strategi pemasaran berbasis AI.
- b. Image BG Remover
Digunakan untuk menghapus latar belakang foto produk secara otomatis sehingga menghasilkan gambar yang lebih profesional.
- c. Canva (Versi Gratis)
Dimanfaatkan untuk menyusun desain poster, katalog produk, banner digital, dan konten visual lain yang dibutuhkan dalam promosi.
- d. Google Business Profile & WhatsApp Business
Digunakan sebagai sarana interaksi dengan pelanggan serta untuk membantu peserta mulai mengelola identitas digital usaha.

3.3. *Pelaksanaan Pengabdian*

Tahap inti dari kegiatan adalah pemberian pelatihan kepada mitra. Pelatihan dilaksanakan melalui metode ceramah interaktif dan praktik langsung, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikannya. Pada tahapan ini peserta dilatih membuat konten promosi berbasis AI, menyusun desain poster, mengambil foto produk, membuat katalog, hingga membuat video promosi dengan alat AI.

Setiap tahapan saling berkaitan dan dirancang untuk memastikan kegiatan berjalan efektif, terukur, dan menghasilkan luaran sesuai target. Oleh karena itu, solusi utama yang ditawarkan adalah penyelenggaraan pelatihan pemanfaatan AI bagi pelaku UMKM, khususnya orang tua murid SD Kanisius Kadirojo, yang berfokus pada pembuatan konten promosi digital. Dalam pelaksanaannya, pelatihan disusun menggunakan dua metode utama:

- a. Ceramah Interaktif
Penyampaian materi dilakukan melalui penjelasan langsung yang disertai diskusi dan tanya jawab. Metode ini digunakan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai literasi AI, konsep promosi digital, serta pengenalan alat-alat digital yang akan digunakan dalam sesi praktik.
- b. Praktik Langsung (*Hands-on Practice*)
Peserta dilatih menggunakan berbagai platform AI secara langsung untuk membuat konten promosi, seperti teks pemasaran, desain visual, katalog produk, foto produk, dan video AI.

Pendekatan praktik langsung dipilih untuk memastikan peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara mandiri.

Pendekatan ini sesuai dengan bidang keilmuan tim pengabdian, yaitu Sistem Informasi, khususnya dalam pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung pengembangan usaha.

3.4. Evaluasi

Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian melakukan evaluasi untuk menilai tingkat keberhasilan program. Evaluasi dilakukan dengan mengukur pemahaman peserta, kemampuan menggunakan AI untuk membuat konten promosi, serta peningkatan kepercayaan diri dalam memanfaatkan teknologi digital. Hasil evaluasi menjadi bahan refleksi untuk memperbaiki pelatihan di masa mendatang.

3.5. Penyusunan Laporan

Tahap terakhir adalah penyusunan laporan kegiatan pengabdian masyarakat. Laporan mencakup seluruh rangkaian kegiatan, hasil yang dicapai, dokumentasi, evaluasi, serta rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut. Selain laporan akhir, tim pengabdian juga menyiapkan artikel ilmiah untuk publikasi di jurnal atau konferensi terkait.

4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) mengenai pemanfaatan kecerdasan artifisial (AI) untuk mendukung promosi UMKM rumah tangga telah dilaksanakan dalam rentang waktu 28 Februari–14 Maret 2026. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga sesi pelatihan yang berlangsung pada tanggal 28 Februari, 7 Maret, dan 14 Maret 2026. Seluruh kegiatan dilakukan di Laboratorium Rekayasa Proses Bisnis, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Atma Jaya Yogyakarta (FTI UAJY) mulai pukul 08.00–12.00 WIB. Jumlah peserta pada tiap sesi berkisar antara 15–18 orang, didukung oleh 5–6 asisten pelatihan setiap pertemuan. Rincian pelaksanaan pelatihan tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Pelaksanaan Pelatihan

No	Hari, Tanggal	Materi	Jumlah Peserta	Jumlah Asisten
1	Sabtu, 28 Februari 2026	<ul style="list-style-type: none">• Literasi AI untuk UMKM• Pengenalan Google Gemini• Membuat Google Business Profile• Membuat Strategi Konten dengan AI• Membuat Poster Promosi dengan Canva dan Canva AI	18 orang	6 orang
2	Sabtu, 7 Maret 2026	<ul style="list-style-type: none">• Membuat Foto Produk yang menarik• Poster Katalog dan Promosi dengan Canva dan Canva AI	17 orang	6 orang
3	Sabtu, 14 Maret 2026	<ul style="list-style-type: none">• Membuat Video AI untuk Promosi Produk	15 orang	5 orang

4.1. Pelaksanaan Pelatihan

4.1.1. Pelatihan Pertama – 28 Februari 2026

Pelatihan perdana difokuskan pada pengenalan dasar teknologi AI dan pemanfaatannya untuk promosi UMKM. Kegiatan diawali dengan pemaparan tujuan pelatihan dan diskusi awal yang menunjukkan bahwa seluruh peserta belum pernah menggunakan AI dalam kegiatan usaha. Selanjutnya, peserta diperkenalkan pada konsep dasar AI dan berlatih menggunakan Google Gemini untuk menghasilkan konten promosi seperti *caption*, slogan, dan deskripsi produk.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Hari Kedua

Pada sesi berikutnya, peserta mempraktikkan pembuatan Google Business Profile agar usaha mereka dapat muncul di Google Search dan Google Maps, di mana seluruh peserta berhasil melakukan pendaftaran. Pelatihan dilanjutkan dengan penyusunan strategi konten serta pembuatan poster promosi menggunakan Canva dan Canva AI. Sebagai penutup sesi, peserta diminta membuat poster produk, dan tiga karya terbaik diberikan apresiasi oleh tim pengabdian. Dokumentasi kegiatan pelatihan pertama disertakan pada Gambar 2.

4.1.2. Pelatihan Kedua – 7 Maret 2026

Pelatihan kedua difokuskan pada pendalaman kemampuan peserta dalam memproduksi konten visual promosi. Kegiatan diawali dengan peninjauan singkat materi sebelumnya, kemudian dilanjutkan dengan praktik pengambilan foto produk milik peserta menggunakan teknik dasar fotografi. Hasil foto dimanfaatkan untuk pembuatan katalog dan poster promosi menggunakan Canva dan Canva AI.

Sebagai materi tambahan, peserta diperkenalkan pada aplikasi GnuCash untuk pembukuan keuangan UMKM. Peserta mempraktikkan pencatatan keuangan sederhana dan memberikan respons positif karena aplikasi tersebut dinilai membantu pengelolaan keuangan usaha. Dokumentasi kegiatan disajikan pada Gambar 3.





Gambar 3. Dokumentasi Pelaksanaan Hari Pertama

4.1.3. Pelatihan Ketiga – 14 Maret 2026

Pelatihan terakhir difokuskan pada pembuatan video promosi berbasis AI dan disampaikan oleh dosen Sistem Informasi UAJY yang juga merupakan pelaku UMKM. Peserta diperkenalkan pada AI Studio dan Pippit AI sebagai alat pembuatan video promosi dari teks atau gambar, disertai penjelasan potensi pemanfaatannya dalam pemasaran. Dokumentasi kegiatan disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Dokumentasi Pelaksanaan Hari Ketiga

Selanjutnya, peserta mempraktikkan pembuatan video promosi menggunakan materi visual yang telah disiapkan. Kegiatan berlangsung secara interaktif melalui diskusi dan pendampingan, dengan luaran berupa satu video promosi berbasis AI dari setiap peserta.

4.2. Hasil Pelatihan

Secara keseluruhan, pelatihan berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta. Berdasarkan observasi dan umpan balik, mayoritas peserta menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan dalam:

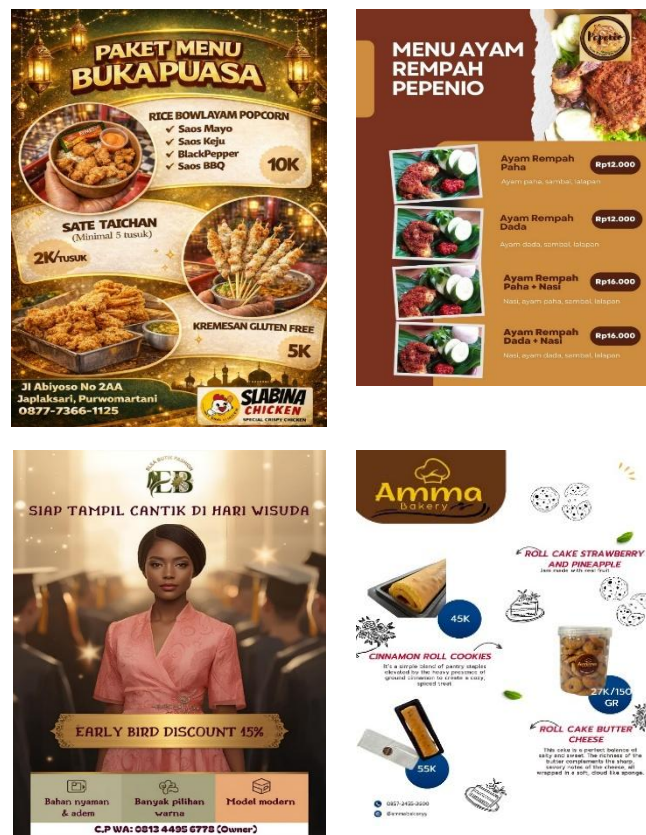
- mengoperasikan Google Gemini untuk menghasilkan konten teks promosi,

- membuat profil bisnis digital menggunakan Google Business Profile,
- mendesain poster, katalog, dan materi promosi visual melalui Canva dan Canva AI,
- mengambil foto produk dengan teknik yang lebih baik,
- menggunakan GnuCash untuk pembukuan sederhana UMKM, dan
- membuat video promosi AI dengan perangkat lunak yang diperkenalkan.

Keaktifan peserta dalam diskusi dan praktik menunjukkan bahwa teknologi AI dianggap sangat membantu mereka dalam kegiatan promosi tanpa menambah beban kerja yang berat. Peserta juga menyampaikan bahwa kemampuan baru yang mereka dapatkan akan langsung diterapkan dalam usaha masing-masing. Hasil karya berupa poster dan video promosi peserta membuktikan peningkatan keterampilan yang signifikan setelah mengikuti rangkaian pelatihan dapat dilihat pada Gambar 5 dan Gambar 6.



Gambar 5. Contoh Video Hasil Pelatihan



Gambar 6. Contoh Poster Hasil Pelatihan

5. Evaluasi

Evaluasi pelatihan dilakukan setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai melalui penyebaran kuesioner berbasis Google Form kepada para peserta. Tujuan evaluasi ini adalah untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan peserta setelah mengikuti pelatihan, sekaligus menilai efektivitas materi dan metode pengajaran yang digunakan. Sebanyak 14 peserta mengisi kuesioner evaluasi, dan hasilnya dirangkum dalam Tabel 2 yang menunjukkan bahwa pelatihan memberikan dampak positif yang signifikan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi

No	Pertanyaan	Jawaban		
		Sangat Paham	Paham	Kurang Paham
<i>Pemahaman Materi</i>				
1	Setelah mengikuti pelatihan, pemahaman saya tentang teknologi AI:	50%	50%	0%
2	Pemahaman saya tentang manfaat AI bagi kegiatan promosi UMKM:	50%	50%	0%
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju
<i>Ketrampilan Menggunakan AI</i>				
3	Saya sudah bisa menggunakan Gemini AI dengan memberikan perintah-perintah (prompting).	57,10%	42,90%	0%
4	Saya sudah bisa menggunakan Gemini AI untuk membuat gambar produk yang menarik.	64,30%	35,70%	0%
5	Saya sudah bisa menggunakan Gemini AI untuk membuat poster promosi.	64,30%	35,70%	0%
6	Saya sudah bisa menggunakan Canva dan Canva AI untuk membuat poster promosi.	64,30%	28,60%	7,1% (1 orang)
7	Saya sudah bisa menggunakan teknologi AI untuk membuat video promosi.	50%	50%	0%
8	Level pengetahuan saya tentang pemanfaatan AI meningkat dibandingkan sebelum mendapatkan pelatihan.	78,60%	21,40%	0%
9	Level ketrampilan saya dalam menggunakan teknologi AI meningkat dibandingkan sebelum mendapatkan pelatihan.	71,40%	28,60%	0%
		Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju
<i>Rencana Ke depan</i>				
10	Saya masih ingin belajar untuk mengeksplorasi potensi teknologi AI untuk kepentingan usaha saya.	78,60%	21,40%	0%
11	Saya berencana untuk tetap memanfaatkan teknologi AI untuk kemajuan usaha saya.	71,40%	28,60%	0%

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap materi pelatihan berada pada kategori sangat baik. Pada aspek pemahaman konsep dasar AI dan manfaatnya untuk promosi UMKM, seluruh peserta memberikan respons positif, dengan 50% menyatakan “sangat paham” dan 50%

menyatakan “paham”. Tidak ada peserta yang merasa kurang paham, mengindikasikan bahwa metode penyampaian materi dapat diterima dengan baik oleh peserta dari berbagai latar belakang usaha.

Pada aspek keterampilan praktis, mayoritas peserta menunjukkan peningkatan kemampuan yang tinggi. Sebanyak 57,10% peserta sangat setuju bahwa mereka mampu menggunakan Google Gemini untuk menyusun *prompt*, sementara 42,90% lainnya setuju. Kemampuan menghasilkan konten visual menggunakan Gemini AI juga cukup baik, di mana 64,30% peserta sangat setuju bahwa mereka dapat membuat gambar dan poster promosi, sedangkan sisanya menyatakan setuju. Dalam penggunaan Canva dan Canva AI, 64,30% peserta sangat setuju bahwa mereka dapat membuat poster promosi secara mandiri, meskipun terdapat 1 peserta (7,1%) yang merasa kurang setuju karena tidak mengikuti sesi pelatihan pertama dan kedua. Sementara itu, keterampilan membuat video promosi berbasis AI menunjukkan distribusi yang merata, dengan 50% peserta sangat setuju dan 50% setuju bahwa mereka mampu melakukannya.

Pelatihan ini juga terbukti meningkatkan kapasitas peserta dalam hal pengetahuan dan keterampilan digital. Sebanyak 78,60% peserta sangat setuju bahwa pengetahuan mereka mengenai AI meningkat setelah mengikuti kegiatan. Selain itu, 71,40% peserta sangat setuju bahwa keterampilan praktis mereka juga meningkat. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga berhasil memberikan dampak langsung pada kemampuan peserta dalam membuat konten promosi yang relevan dengan kebutuhan usaha mereka.

Dari sisi motivasi dan keberlanjutan pemanfaatan AI, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi. Sebanyak 78,60% peserta sangat setuju bahwa mereka ingin terus mempelajari AI lebih dalam untuk mendukung usaha mereka. Selain itu, 71,40% peserta menyatakan sangat setuju bahwa mereka akan terus menggunakan teknologi AI dalam pengembangan usaha pada masa mendatang. Tidak terdapat peserta yang menolak atau menunjukkan sikap negatif terhadap penggunaan AI, yang menunjukkan bahwa pelatihan mampu membuka wawasan dan menumbuhkan motivasi untuk melakukan transformasi digital pada usaha masing-masing.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan AI ini sangat efektif dalam meningkatkan pemahaman, keterampilan, serta motivasi peserta dalam mengoptimalkan teknologi digital untuk promosi UMKM. Pelatihan dinilai relevan dengan kebutuhan pelaku UMKM berbasis rumah tangga dan berhasil memberikan dampak positif yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan usaha sehari-hari.

6. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) untuk mendukung promosi UMKM di komunitas orang tua murid SD Kanisius Kadirojo telah berhasil dilaksanakan dengan sangat baik dan mencapai seluruh tujuan yang telah ditetapkan. Program pelatihan yang dilakukan secara bertahap mampu mentransformasi pemahaman serta meningkatkan keterampilan digital peserta secara signifikan. Peserta yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam penggunaan teknologi AI kini telah memahami konsep dasar, mekanisme kerja, serta manfaat praktis AI bagi pengembangan usaha.

Keberhasilan kegiatan ini terlihat dari kemampuan peserta dalam mengoperasikan berbagai platform digital secara mandiri, termasuk Gemini AI untuk penyusunan strategi konten, Canva dan Canva AI untuk produksi desain visual promosi, serta Google Business Profile untuk memperkuat kehadiran usaha di ranah digital. Seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan komitmen kuat untuk terus memanfaatkan teknologi tersebut dalam mendukung aktivitas usaha mereka.

Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan literasi digital, tetapi juga memberikan fondasi penting bagi pelaku UMKM untuk memperkuat daya saing usaha dan mendukung keberlanjutan ekonomi keluarga di era digital. Hasil ini menunjukkan bahwa penguatan kapasitas melalui pemanfaatan teknologi AI merupakan langkah strategis dan relevan untuk memberdayakan UMKM berbasis rumah tangga. Sebagai tindak lanjut dari kegiatan yang telah berjalan dengan baik, beberapa saran pengembangan dapat diberikan:

- a. **Pendalaman Materi Manajemen Keuangan**
Mengingat pengelolaan keuangan merupakan aspek fundamental dalam keberhasilan UMKM, disarankan untuk menyelenggarakan sesi lanjutan yang secara khusus membahas digitalisasi pembukuan menggunakan aplikasi yang lebih mendalam. Upaya ini akan membantu pelaku UMKM mencatat arus kas dengan lebih profesional dan terstruktur.
- b. **Replikasi Program**
Mengingat hasil positif yang dicapai dalam pelatihan ini, program serupa sangat disarankan untuk di replikasi di wilayah lain atau komunitas yang berbeda. Replikasi ini penting untuk memperluas jangkauan literasi digital dan mempercepat adopsi teknologi AI bagi UMKM di berbagai daerah sehingga transformasi digital dapat dirasakan secara lebih merata.

7. Referensi

- [1] Moh. M. Sulaeman, A. S. Parwati, M. S. A. Saputra, R. Pinatih, and K. Abidin, "Strategies for Improving the MSME Economy through the Implementation of Technology-Based Business Management," *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, vol. 2, no. 2, Jul. 2024, doi: 10.61100/tacit.v2i2.193.
- [2] Afrini Fauziah, Amanda Viola, Andita Rheinisa Ardianti, Friska Maulida, and Eustasya Griselda Daeli, "Peran UMKM terhadap Stabilitas Ekonomi Indonesia," *Jurnal Riset Akuntansi*, vol. 2, no. 4, pp. 83–92, Oct. 2024, doi: 10.54066/jura-itb.v2i4.2593.
- [3] Rahmad Nasution, "Helping MSMEs break into global markets," <https://en.antaranews.com/news/322603/helping-msmes-break-into-global-markets>.
- [4] D. T. Siahaan and C. S. L. Tan, "What Drives the Adaptive Capability of Indonesian SMEs during the Covid-19 Pandemic: The Interplay between Perceived Institutional Environment, Entrepreneurial Orientation, and Digital Capability," *Asian Journal of Business Research*, vol. 12, no. 2, pp. 8–27, 2022, doi: 10.14707/ajbr.220125.
- [5] Fitri Nurul Aftitah, Jacinda Labana. K, Kamaliatun Hasanah, and Nur Lailatul Hadi. F. M, "Pengaruh Umkm Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023," *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen*, vol. 3, no. 1, pp. 32–43, Nov. 2024, doi: 10.59031/jkpim.v3i1.511.
- [6] M. Rachmawati, "Pemberdayaan Masyarakat Perempuan Dalam Pembinaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM): Pendekatan Kuantitatif untuk Peningkatan Ekonomi Kerakyatan," *Edusight Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 2, no. 3, Aug. 2025.
- [7] R. Lumbanraja *et al.*, "Peranan Perempuan dan Kebijakan dalam Pemberdayaan Ekonomi Kelompok Perempuan Pengupas Bawang di Sentral Sambu Kota Medan Sumatera Utara Indonesia Kata kunci," 2022. [Online]. Available: <http://jiip.stkipyapisdompou.ac.id>
- [8] BIRO HUMAS DAN UMUM KEMENTERIAN PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DAN PERLINDUNGAN ANAK, "Menteri PPPA Dorong Kemandirian Ekonomi Perempuan Lewat Bantuan Modal UMKM," <https://www.kemenpppa.go.id/siaran-pers/menteri-pppa-dorong-kemandirian-ekonomi-perempuan-lewat-bantuan-modal-umkm>.
- [9] M. Burtell and T. Woodside, "Artificial Influence: An Analysis Of AI-Driven Persuasion," Mar. 2023, [Online]. Available: <http://arxiv.org/abs/2303.08721>
- [10] P. G, "THE EFFECTS OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE ON DIGITAL MARKETING," *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, vol. 4, no. 1SE, Jul. 2023, doi: 10.29121/shodhkosh.v4.i1se.2023.431.
- [11] Ganet Dirgantara, "Saatnya pelaku UMKM masuk dunia digital," <https://www.antaranews.com/berita/2381465/saatnya-pelaku-umkm-masuk-dunia-digital>.
- [12] A. P. P. Mahardika, "Tinjauan multidimensional relasi yayasan (pendidikan) kanisius dan keuskupan agung semarang," *Spiritualitas Ignatian.*, vol. 24, no. 2, pp. 147–170, 2025, doi: 10.24071/si.v24i2.10358.

- [13] D. H. Soegiantoro *et al.*, “Promosi Kesehatan: Kebersihan Diri di Sekolah Dasar Kanisius Kadirojo Yogyakarta,” *Babakti*, vol. 2, no. 1, pp. 28–34, 2025, doi: 10.35706/babakti.v2i1.99.
- [14] N. A. Perifanis and F. Kitsios, “Investigating the Influence of Artificial Intelligence on Business Value in the Digital Era of Strategy: A Literature Review,” Feb. 01, 2023, *MDPI*. doi: 10.3390/info14020085.
- [15] A. Gülbaşı, “Artificial Intelligence in Marketing: Next Generation Strategies and Applications,” *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, vol. 8, no. 3, pp. 786–801, Oct. 2025, doi: 10.33712/mana.1624405.