



## JURNAL SENTRA ABDIMAS

*Sinergi dan Transformasi dalam Pengabdian kepada Masyarakat*

---

### MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL UMKM DENGAN PELATIHAN COPYWRITING SEBAGAI SOLUSI PEMASARAN KREATIF

Widi Astuti<sup>1</sup>, Fajar Sarasati<sup>2</sup>, Lia Mazia<sup>3</sup>

Program Studi Bisnis Digital, Universitas Nusa Mandiri<sup>1,2,3</sup>

[Widiastuti.wtu@nusamandiri.ac.id](mailto:Widiastuti.wtu@nusamandiri.ac.id)<sup>1</sup>, [fajar.fss@nusamandiri.ac.id](mailto:fajar.fss@nusamandiri.ac.id)<sup>2</sup>,

[lia.lmz@nusamandiri.ac.id](mailto:lia.lmz@nusamandiri.ac.id)<sup>3</sup>

Email Korespondensi: [widiastuti.wtu@nusamandiri.ac.id](mailto:widiastuti.wtu@nusamandiri.ac.id)

#### ABSTRAK

*Perkembangan teknologi digital membuka peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing melalui pemasaran digital. Salah satu keterampilan penting dalam bidang ini adalah copywriting, yakni teknik menulis pesan pemasaran yang mampu menarik perhatian audiens dan mendorong tindakan. Sayangnya, banyak UMKM masih mengalami kesulitan dalam menyusun pesan yang kreatif dan efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pelatihan copywriting berbasis kecerdasan buatan (AI) yang ditujukan bagi UMKM di bawah naungan Yayasan Genggam Tangan Indonesia, Kota Bekasi. Pelatihan difokuskan pada peningkatan keterampilan menulis konten pemasaran yang menarik dan sesuai dengan target audiens menggunakan alat bantu seperti ChatGPT. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 85% peserta mengalami peningkatan pemahaman dan keterampilan dalam membuat konten pemasaran digital. Pelatihan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas literasi digital UMKM di era ekonomi digital.*

**Kata Kunci:** Literasi Digital, UMKM, Copywriting, AI, Pemasaran Digital

#### 1. PENDAHULUAN

Digitalisasi ekonomi Indonesia terus mengalami perkembangan pesat seiring meningkatnya adopsi teknologi digital oleh berbagai sektor industri, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut Datareportal (2023), pengguna

internet di Indonesia mencapai 212 juta jiwa dengan penetrasi internet sekitar 77%, menjadikan pasar digital sebagai peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pemasaran mereka. Namun, meski memiliki potensi besar, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan visibilitas produk mereka (Mandira & Jaya Kusuma, 2022).

Salah satu keterampilan penting dalam pemasaran digital adalah copywriting, yaitu teknik menulis pesan pemasaran yang mampu menarik perhatian audiens dan mendorong tindakan, seperti mengklik tautan, melakukan pembelian, atau menghubungi langsung pihak penjual. Sayangnya, banyak UMKM masih mengandalkan metode promosi tradisional yang kurang efektif di era digital. Dengan hadirnya teknologi kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT, proses penulisan pesan pemasaran dapat dilakukan dengan lebih cepat, personal, dan konsisten (Rahayu et al., 2022). Teknologi ini juga membantu UMKM menemukan ide kreatif yang relevan dengan audiens mereka, menghemat waktu dan biaya, serta meningkatkan konsistensi dalam komunikasi merek.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pengelola UMKM di bawah naungan Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) melalui pengenalan teknik copywriting berbasis AI. Diharapkan dengan pelatihan ini, peserta mampu menyusun pesan pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar digital.

Dengan latar belakang tersebut, kegiatan ini dirancang untuk menjawab permasalahan, bagaimana meningkatkan kemampuan UMKM dalam menyusun pesan pemasaran yang menarik melalui pelatihan copywriting berbasis AI? Rumusan masalah ini menjadi dasar perencanaan program agar kegiatan lebih fokus dan berdampak.

## **2. METODE**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Survei awal untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra terkait keterampilan digital dan pemasaran.
2. Persiapan materi pelatihan yang mencakup teori copywriting dan penggunaan tools AI seperti ChatGPT.
3. Pelatihan berbasis ceramah dan diskusi interaktif untuk membangun keterampilan praktis peserta.

4. Evaluasi pasca-pelatihan untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta dalam menyusun konten pemasaran.

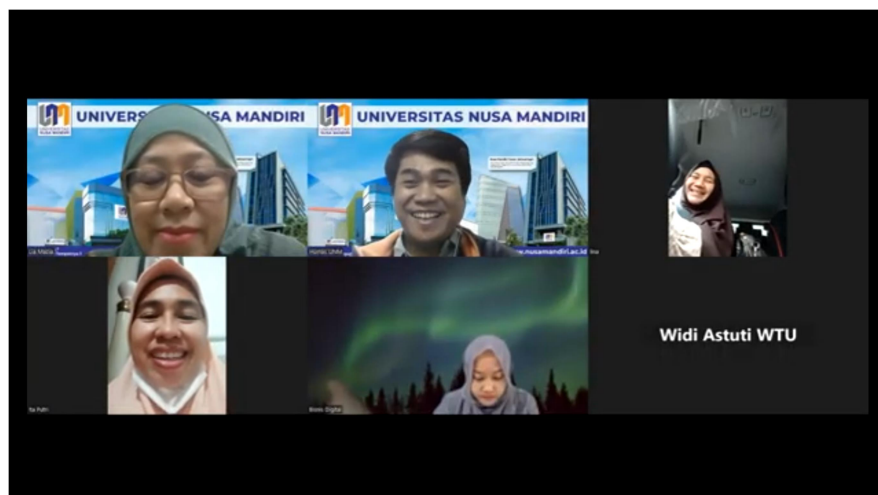
Pelatihan ini dilaksanakan selama satu hari penuh pada tanggal 20 Mei 2025, selama kurang lebih 6 jam. Peserta yang mengikuti kegiatan ini adalah 14 anggota aktif dari Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Y-GTI), dengan latar belakang sebagai pengelola usaha kecil, pengurus yayasan, dan pelaku sosial masyarakat.

### 3. HASIL

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan bersama Yayasan Genggam Tangan Indonesia menghasilkan beberapa capaian yang menunjukkan dampak positif terhadap peserta dan mitra. Adapun hasil dari masing-masing tahapan kegiatan adalah sebagai berikut:

#### 1. Survey Awal

Tim pelaksana melakukan survei kepada pengurus yayasan dan beberapa perwakilan peserta untuk mengidentifikasi kebutuhan dan potensi yang dimiliki. Hasil survei menunjukkan bahwa para peserta memiliki ketertarikan pada media sosial dan pemasaran digital, namun masih memiliki keterbatasan dalam kemampuan menyusun konten yang menarik dan efektif. Mitra juga menyampaikan perlunya pelatihan mengenai penggunaan teknologi terkini untuk mendukung kegiatan sosial dan usaha kecil (Usman et al., 2023). Beberapa kali kami melakukan survey salah satunya diskusi mengenai kebutuhan mitra. Berikut kami lampirkan foto dokumentasi saat diskusi.



*Gambar 1. Survey kebutuhan mitra*

## 2. Persiapan Materi

Berdasarkan hasil survei, tim menyusun materi pelatihan yang relevan dan aplikatif. Materi mencakup dasar-dasar copywriting, strategi pemasaran konten, serta pemanfaatan tools berbasis kecerdasan buatan (AI), seperti ChatGPT, untuk membantu proses kreatif. Materi dirancang agar mudah dipahami oleh peserta dengan latar belakang yang beragam dan disesuaikan dengan kebutuhan praktis di lapangan.

## 3. Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif yang dilaksanakan pada tanggal 20 Mei 2025 di di Kampus Universitas Nusa Mandiri yang diikuti oleh 14 orang anggota Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Y-GTI), kegiatan pelatihan diawali dengan penyampaian materi oleh narasumber dan dilanjutkan dengan sesi diskusi serta praktik langsung. Peserta diajak untuk membuat contoh konten pemasaran menggunakan prinsip copywriting dan bantuan AI. Respon peserta sangat antusias, terutama saat sesi praktik penggunaan ChatGPT untuk menghasilkan ide konten yang relevan dan kreatif. Beberapa peserta bahkan berhasil menyusun draft konten untuk keperluan promosi kegiatan yayasan atau usaha rumahan yang sedang mereka rintis. Berikut dokumentasi kegiatan yang telah dilaksanakan.



*Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan*



Gambar 3. Penyampaian Materi

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setelah pelatihan, dilakukan evaluasi melalui kuesioner sederhana. Evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep copywriting dan penggunaan AI tools. Sebagian besar peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat dan berharap kegiatan serupa dapat diadakan secara berkala. Mitra dari Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Y-GTI) juga menyatakan apresiasi atas kegiatan ini dan membuka peluang kerja sama lanjutan untuk pengembangan program literasi digital. Berikut kami sajikan beberapa hasil kuesioner yang kami sebar dalam bentuk tabel dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pengabdian menambah wawasan peserta

F3-2. kegiatan ini menambah wawasan peserta (mengenai tema yang disampaikan)	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Setuju	0	0%
2. Tidak Setuju	0	0%
3. Cukup Setuju	0	0%
4. Setuju	1	7%
5. Sangat Setuju	13	93%
Jumlah respon	14	100%
Skor rata-rata		4,93
Grade (Keterangan)	A (Sangat Puas)	

*Tabel 2. Tabel Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta*

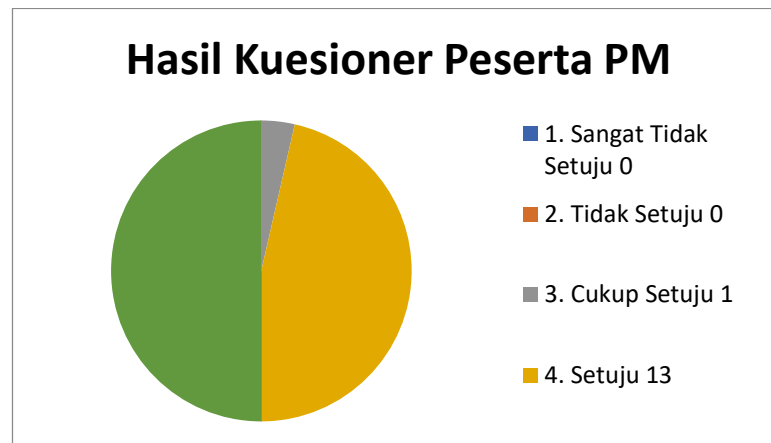
F3.6. Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh peserta		
	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Setuju	0	0%
2. Tidak Setuju	0	0%
3. Cukup Setuju	0	0%
4. Setuju	1	7%
5. Sangat Setuju	13	93%
Jumlah respon	14	100%
Skor rata-rata		4,93
Grade (Keterangan)		A (Sangat Puas)

*Tabel 3. Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi*

F3-5. Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada peserta secara berkelanjutan		
	Freq	Percent
1. Sangat Tidak Setuju	0	0%
2. Tidak Setuju	0	0%
3. Cukup Setuju	0	0%
4. Setuju	1	7%
5. Sangat Setuju	13	93%
Jumlah respon	14	100%
Skor rata-rata		4,93
Grade (Keterangan)		A (Sangat Puas)

Untuk mengetahui efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, tim melakukan evaluasi melalui penyebaran kuesioner kepada seluruh peserta. Pada tabel 1, tabel 2 dan tabel 3 merupakan beberapa point yang kami ambil untuk mengansumsikan bahwa kegiatan masyarakat yang kami lakukan mempunyai dampak yang positif dan sebagai keberhasilan kami dapat memberikan sebagian kecil ilmu kepada masyarakat luas. Secara umum, data kuesioner ini memperkuat bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan tidak hanya tepat sasaran, tetapi juga memberikan

dampak positif bagi peserta. Kegiatan ini telah menjadi sarana pemberdayaan yang efektif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat mitra dalam menghadapi tantangan era digital. Untuk mempermudah pembacaan tabel tersebut kami tuangkan dalam grafik gambar dibawah ini:



*Gambar 1. Hasil Kuesioner Pengabdian keseluruhan*

## 4. PEMBAHASAN

### 4.1 Analisis Ketercapaian Tujuan

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam kemampuan copywriting dan pemanfaatan tools berbasis kecerdasan buatan seperti ChatGPT. Berdasarkan hasil evaluasi kuesioner dan observasi langsung (Saputra et al., 2024), dapat disimpulkan bahwa sebagian besar tujuan telah tercapai. Peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi, serta mampu menerapkan teknik copywriting dalam membuat konten pemasaran sederhana. Faktor pendukung keberhasilan antara lain adalah keterlibatan aktif peserta, materi yang sesuai dengan kebutuhan, serta metode pelatihan yang interaktif. Sementara itu, faktor penghambat yang ditemukan adalah keterbatasan waktu praktik dan variasi tingkat literasi digital peserta (Victoriia, 2020). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 93% peserta merasa pelatihan ini memberikan manfaat langsung terhadap peningkatan keterampilan digital mereka. Hal ini sejalan dengan temuan dari (Aditya et al, 2023) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis teknologi mampu mempercepat peningkatan kapasitas digital pelaku UMKM secara signifikan ketika dilakukan secara partisipatif dan aplikatif.

#### **4.2 Implikasi Hasil Kegiatan**

Peningkatan pemahaman peserta terhadap tools AI seperti ChatGPT menunjukkan bahwa adopsi teknologi dapat dilakukan oleh UMKM jika diberikan pelatihan yang sesuai. Studi oleh (Rachmawati & Nugroho 2022) juga mendukung bahwa teknologi AI berperan besar dalam meningkatkan efisiensi pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan dengan pasar. Dalam jangka panjang, pelatihan seperti ini mampu meningkatkan kepercayaan diri dan kesiapan UMKM untuk bersaing di pasar digital. Dampak jangka pendek dari kegiatan ini terlihat dari meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam membuat konten digital serta mulai digunakannya tools AI sebagai bagian dari proses kreatif mereka (R et al., 2024). Dalam jangka panjang, kegiatan ini berpotensi mendorong peserta untuk mengembangkan keterampilan digital lebih lanjut, yang dapat membuka peluang usaha mandiri atau mendukung kegiatan sosial di lingkungan sekitar. Bagi mitra, kegiatan ini memperkuat kapasitas organisasi dalam pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi. Selain itu, secara institusional, kegiatan ini menjadi bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam menciptakan masyarakat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

#### **4.3 Perbandingan dengan Program Serupa**

Dibandingkan dengan kegiatan pengabdian masyarakat serupa yang hanya berfokus pada pelatihan dasar teknologi informasi, program ini memiliki keunggulan pada integrasi antara literasi digital (Rahmat Ilyas dan Rudi Hartono, 2021), praktik pemasaran konten, dan pemanfaatan teknologi AI. Pendekatan ini memberikan nilai tambah karena peserta tidak hanya menerima informasi, tetapi juga dilatih untuk berpikir kreatif dan solutif dalam menyusun strategi komunikasi digital. Hal ini membuka kemungkinan untuk mengadaptasi metode serupa di wilayah atau komunitas lain dengan kebutuhan sejenis.

#### **4.4 Tantangan dan Solusi**

Selama pelaksanaan kegiatan, beberapa tantangan yang dihadapi antara lain adalah keterbatasan waktu pelatihan, perbedaan kemampuan peserta, serta keterbatasan fasilitas digital yang tersedia (Qorib, 2024). Untuk mengatasi hal tersebut, tim pelaksana membagi peserta ke dalam kelompok kecil saat praktik agar pendampingan dapat lebih



optimal. Selain itu, penggunaan perangkat pribadi peserta turut dimanfaatkan untuk memastikan semua peserta dapat mengikuti praktik secara aktif. Keterbukaan komunikasi antara tim pengabdian dan pengurus yayasan juga menjadi faktor kunci dalam menyelesaikan kendala yang muncul secara cepat dan tepat (Mulya, 2025).

#### **4.5 Potensi Pengembangan Lebih Lanjut**

Melihat antusiasme peserta dan dampak yang ditimbulkan, kegiatan ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut. Pengembangan dapat dilakukan melalui penyelenggaraan pelatihan lanjutan dengan fokus pada pembuatan konten multimedia, strategi branding digital, maupun kewirausahaan berbasis digital. Selain itu, perluasan jangkauan peserta ke komunitas atau yayasan lain dapat dilakukan melalui kolaborasi lintas institusi. Penguatan modul pelatihan dan integrasi program dengan platform daring juga menjadi strategi penting guna meningkatkan keberlanjutan dan efektivitas program di masa depan (Masriah et al., 2024).

### **5. SIMPULAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan bersama Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Y-GTI) berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam bidang copywriting dan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT. Melalui rangkaian kegiatan mulai dari survei kebutuhan, penyusunan materi yang aplikatif, hingga pelatihan interaktif dan evaluasi, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan pemahaman yang meningkat terhadap materi yang disampaikan.

Hasil evaluasi melalui kuesioner menunjukkan bahwa 93% peserta menyatakan “sangat setuju” bahwa kegiatan ini menambah wawasan, memberikan solusi atas permasalahan yang dihadapi, serta bermanfaat dalam pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi secara berkelanjutan. Hal ini mencerminkan bahwa program pelatihan yang diberikan tepat sasaran dan mampu memberikan dampak nyata bagi mitra.

Dengan adanya kegiatan ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam kegiatan sosial dan usaha kecil mereka. Ke depan, kegiatan serupa sangat potensial untuk dilanjutkan dan

diperluas, baik dari sisi topik pelatihan maupun jumlah peserta, guna menciptakan masyarakat yang semakin adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

Implikasi langsung dari pelatihan ini adalah meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam memasarkan produknya secara digital, serta terbentuknya jejaring baru antara pelaku UMKM dan pendamping. Untuk keberlanjutan, pelatihan lanjutan dan program pendampingan intensif berbasis komunitas perlu dirancang agar dampak positif kegiatan dapat terjaga dan meluas.

## 6. SARAN

Adapun beberapa saran rekomendasi kegiatan lanjutan selanjutnya:

1. Diperlukan pelatihan lanjutan dengan topik yang lebih mendalam seperti konten visual, video pendek, dan strategi distribusi digital.
2. Perlu adanya program pendampingan berkelanjutan selama minimal 3 bulan pasca-pelatihan.
3. Disarankan menjalin kolaborasi antara yayasan mitra, perguruan tinggi, dan dinas terkait untuk memperluas dampak dan cakupan program.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

- Mandira, I. M. C., & Jaya Kusuma, P. S. A. (2022). Strategi Digitalisasi Ekonomi Kerakyatan. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 11–22. <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.633>
- Masriah, I., Hotimah, E., Dede, N. I., & ... (2024). Tantangan Dan Solusi Bisnis UMKM Di Era Digital. *JPPI: Jurnal ...*, 01(01), 12–20. <https://jurnal.stebisypii.com/index.php/jppi/article/view/13>
- Mulya, U. T. (2025). *JURNAL PENGABDIAN DOSEN*. 1(2).
- Qorib, F. (2024). *Tantangan dan Peluang Kolaborasi antara Perguruan Tinggi dan Masyarakat dalam Program Pengabdian di Indonesia*. 2(2), 46–57.

- R, M., Fahdillah, Y., Kadar, M., Hassandi, I., & R, M. (2024). Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE)*, 3(1), 266–273. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1552>
- Rahayu, N., Agus Supriyono, I., & Mulyawan, E. (2022). Pembangunan Ekonomi Indonesia Dengan Tantangan Transformasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(1), 92–95. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i1.823>
- Rahmat Ilyas dan Rudi Hartono. (2021). Digitalisasi UMKM dan Pertumbuhan Ekonomi. In *Siddiq Press: IAIN SAS BaBel*.
- Saputra, E., Dinata, S. I., Sari, M. N., Hadi, M., Putri, A., Wilanda, M. N., Hajar, S., Safira, N. E., & Permata, D. A. (2024). Pengabdian Masyarakat Melalui Program KPM STAIN Meulaboh di Gampong Blang Baro Nagan Raya. *Zona: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 97–110.
- Usman, R., Wiratmani, E., & ... (2023). Pkm Edukasi Konsep Pemasaran Produk Kepada Pengurus Yayasan Bina Mujtama'. *Jurnal Abdimas Bina ...*, 4(1), 565–572. <https://www.jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/view/425%0Ahttps://www.jabb.lppmbinabangsa.id/index.php/jabb/article/download/425/250>
- Victoriia, P. (2020). *Psychology the Psychological Role of Ethnic Identity*. 3(March), 31–34. <https://doi.org/10.31435/rsglobal>