

PEMANFAATAN KECERDASAN BUATAN (AI) SEBAGAI MEDIA PENDUKUNG PEMASARAN PRODUK USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) PADA UMKM BORNEO ISTIMEWA

Muhammad Iqbal^{1*}, Muhammad Fahmi Julianto², Umi Khultsum³, Destiana Putri⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Sarana Informatika

^{1,2,3,4} Jl. Abdul Rahman Saleh No.18, Bangka Belitung Laut, Kec. Pontianak Tenggara, Kota Pontianak, Kalimantan Barat 78124

e-mail: iqbal.mdq@bsi.ac.id¹, fahmi.fjl@bsi.ac.id², umikhultsum.ukm@bsi.ac.id³, destiana.dtp@bsi.ac.id⁴

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi telah menjadi kekuatan besar dalam mengubah cara perusahaan melakukan bisnis. Ketika informasi menjadi lebih mudah diakses dan menyebar, teknologi informasi memainkan peran sentral dalam membentuk strategi, operasi, dan interaksi perusahaan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Kecerdasan Buatan yang dalam bahasa Inggris disebut *Artificial Intelligence* (AI) adalah salah satu konsep teknologi informasi dari cabang ilmu komputer dalam meniru kecerdasan manusia. Tujuan dari AI adalah memproses sebuah informasi, belajar dari pengalaman, adaptasi dari perubahan, dan melakukan tugas-tugas tertentu secara mandiri. Setelah dianalisa, masih banyak anggota UMKM Borneo Istimewa yang masih kurang pemahaman akan pemanfaatan kecerdasan buatan dalam hal pemasaran produk. Sehingga membuat produk yang dijual kurang terkenal, jika menggunakan kecerdasan buatan akan lebih mudah dalam melakukan pemasaran produk. Dengan adanya pelatihan mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan ini, di harapkan akan menambah pengetahuan pelaku UMKM serta memberi dampak positif untuk penjualan produk mereka.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan; UMKM; Pemasaran; Produk

Abstract

Advances in information technology have been a major force in changing the way companies do business. As information becomes more accessible and pervasive, information technology plays a central role in shaping a company's strategy, operations, and interactions with customers and business partners. Artificial Intelligence, which in English is called Artificial Intelligence (AI), is an information technology concept from the branch of computer science that imitates human intelligence. The goal of AI is to process information, learn from experience, adapt to changes, and perform certain tasks independently. After analysis, there are still many members of Special Borneo MSMEs who still lack understanding of the use of artificial intelligence in terms of product marketing. So as to make the products being sold less well known, if you use artificial intelligence it will be easier to market the product. With this training regarding the use of artificial intelligence, it is hoped that it will increase the knowledge of MSME players and have a positive impact on sales of their products.

Keywords: Artificial intelligence; Micro business; Marketing; Product.

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan kegiatan yang ditujukan untuk meningkatkan kecerdasan etis digital pada kaum muda dalam berbagai kegiatan tanpa adanya imbalan apapun. Secara umum, program ini dilaksanakan oleh beberapa perguruan tinggi atau institut di Indonesia untuk memberikan kontribusi nyata bagi bangsa Indonesia, khususnya untuk memajukan kesejahteraan dan pembangunan masyarakat Indonesia. Kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah bagian dari Tiga Dharma perguruan tinggi.

Teknologi informasi saat ini adalah suatu hal yang sangat penting dan dibutuhkan dalam kehidupan manusia, baik dalam proses bisnis, manajemen maupun dalam kehidupan sehari-hari. Dampak positif dari perkembangan teknologi informasi tersebut memudahkan untuk mendapatkan informasi dimana dan kapan saja, membuat komunikasi tidak dibatasi lagi oleh waktu dan biaya yang mahal (Fauzi, Harto, Mulyanto, Dulame, & Pramuditha, 2023).

Kemajuan teknologi informasi telah menjadi kekuatan besar dalam mengubah cara perusahaan melakukan bisnis. Ketika informasi menjadi lebih mudah diakses dan menyebar, teknologi informasi memainkan peran sentral dalam membentuk strategi, operasi, dan interaksi perusahaan dengan pelanggan dan mitra bisnis. Teknologi informasi memungkinkan bisnis untuk mengotomatiskan proses, mengumpulkan dan menganalisis data dengan lebih cepat dan akurat, serta meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan. Transformasi digital telah mengubah paradigma bisnis yang sebelumnya terfokus pada proses manual menjadi lebih otomatis, cepat, dan terhubung secara digital (Prabowo, Merthayasa, & Saebah, 2023).

Kecerdasan Buatan yang dalam bahasa Inggris disebut *Artificial Intelligence* (AI) adalah salah satu konsep teknologi informasi dari cabang ilmu komputer dalam meniru kecerdasan manusia. Tujuan dari AI adalah memproses sebuah informasi, belajar dari pengalaman, adaptasi dari perubahan, dan melakukan tugas-tugas tertentu secara mandiri (Pongtambing, Pitrianti, Sadno, Admawati, & Sampetoding, 2023).

UMKM adalah usaha produktif yang memenuhi kriteria usaha dengan batasan tertentu kekayaan bersih dan hasil penjualan tahunan. Setiap tahun kredit kepada UMKM mengalami pertumbuhan dan hal ini menunjukkan bahwa iklim investasi dan pertumbuhan ekonomis sangat kondusif (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019). UMKM Borneo Istimewa merupakan salah satu UMKM di Kota Pontianak yang memiliki permasalahan kurangnya pengetahuan mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan sebagai sarana pemasaran produk.

Pemanfaatan AI dalam pemasaran dapat memberikan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan efisiensi, akurasi, dan kecepatan dalam mengambil keputusan pemasaran. UMKM Borneo Istimewa dapat memanfaatkan AI untuk menganalisis data pelanggan, tren pasar, dan saingan secara mendalam. Dengan demikian, mereka dapat membuat keputusan pemasaran yang lebih tepat sasaran dan strategi yang lebih terarah. Universitas Bina Sarana Informatika merupakan salah satu Perguruan Tinggi di Indonesia merespon akan kebutuhan akan hal tersebut, maka dalam rangka Tridarma Perguruan Tinggi, Universitas Bina Sarana Informatika akan menyelenggarakan kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa kegiatan Seminar “Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) Sebagai Media Pendukung Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada UMKM Borneo Istimewa”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan menggunakan desain studi kasus eksploratif dengan pendekatan mixed-methods untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan UMKM di Borneo Istimewa Pontianak, melibatkan 50 peserta UMKM dan tim tutor dari UBSI PSDKU Pontianak. Instrumen penelitian akan mencakup kuesioner pre-test dan post-test untuk mengukur pengetahuan dan keterampilan peserta, ditambah dengan wawancara mendalam dengan peserta terpilih dan tutor untuk mendapatkan insight tentang pengalaman mereka, serta pengamatan langsung selama sesi pelatihan untuk memahami interaksi dan penerapan praktis materi pelatihan. Pendekatan ini bertujuan untuk menghasilkan data yang komprehensif dan multidimensi, sehingga memberikan pemahaman yang mendalam tentang dinamika pelatihan dan dampaknya terhadap pengembangan UMKM.

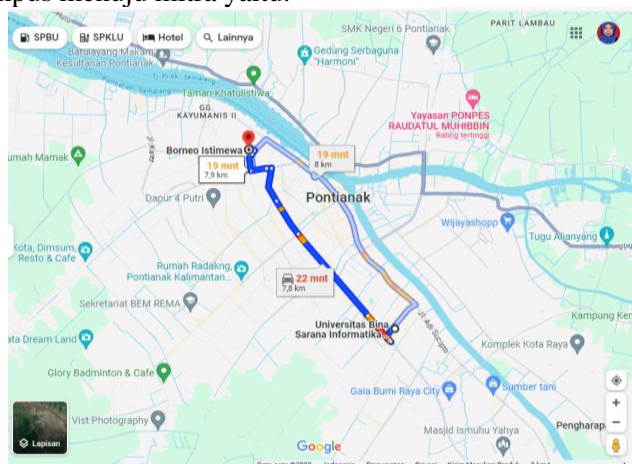
A. Analisis Situasi

UMKM Borneo Istimewa merupakan salah satu UMKM di Kota Pontianak yang memiliki permasalahan kurangnya pengetahuan akan pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam hal pemasaran produk. Setelah dianalisa, masih banyak anggota UMKM Borneo Istimewa yang masih kurang pemahaman akan pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI). Sehingga membuat proses pemasaran produk yang dijual kurang menarik dan terkenal, jika dibantu kecerdasan buatan (AI) akan lebih menarik dan mudah dalam melakukan pemasaran produk.

Oleh karena itu dilakukan kegiatan Seminar Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) Sebagai Media Pendukung Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Pada UMKM Borneo Istimewa.

B. Peta Lokasi Mitra

Berikut peta lokasi kampus menuju mitra yaitu:



Gambar 1. Peta Lokasi Mitra

C. Permasalahan Mitra

Adapun permasalahan pada anggota UMKM Borneo Istimewa mencakup hal-hal berikut ini.

- 1) Kurangnya pengetahuan tentang pemanfaatan kecerdasan buatan
Pelaku UMKM masih kurang pengetahuan mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan yang tepat. AI memungkinkan UMKM untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data dengan lebih cepat dan akurat, membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih tepat dan responsif terhadap perubahan pasar.
- 2) Kurangnya pengetahuan pemanfaatan kecerdasan buatan dalam pemasaran
Dengan permasalahan diatas menimbulkan kurangnya pemanfaatan kecerdasan buatan dalam melakukan pemasaran produk. Sehingga, produk yang dijual belum terkenal serta membuat produk hanya dilakukan secara musiman. Sedangkan pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) sebagai media pendukung pemasaran menjadi sebuah inovasi yang dapat memberikan solusi bagi UMKM.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan pada 9 Desember 2023 di UMKM Borneo Istimewa, Pontianak, merupakan inisiatif yang melibatkan 50 peserta dari berbagai kalangan. Penyelenggaraan kegiatan ini didukung oleh tim tutor dari UBSI PSDKU Pontianak, yang terdiri dari dosen-dosen dengan kualifikasi pendidikan minimal S2, serta dibantu oleh beberapa mahasiswa dan mahasiswi UBSI PSDKU Pontianak sebagai pendamping peserta. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan yang komprehensif dan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan peserta dalam konteks UMKM. Adapun susunan pelaksanaan kegiatan pada tabel 1:

Tabel 1. Susunan Kegiatan

| Tanggal | Waktu | Tempat | Kegiatan |
|------------------|---------|----------------------|---|
| 20 Oktober 2023 | | | Observasi, Audiensi dan Pemilihan tempat kegiatan |
| 28 November 2023 | 08.00 – | UMKM Borneo Istimewa | Perembukan tema dan pembuatan proposal |
| 6 Desember 2023 | 12.00 | | Pengajuan proposal dan persiapan materi |
| 9 Desember 2023 | | | Kegiatan Pelatihan |
| 22 Desember 2023 | | | Pembuatan Laporan PM |

Berikut adalah pembagian tugas dari pengabdian masyarakat sebagai berikut:

Penanggung Jawab : Prof. Dr. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN.Eng

Ketua Pelaksana : Muhammad Iqbal, M.Kom
Koordinator Tutor : Muhammad Fahmi Julianto, M.Kom
Tim Tutor : Umi Khultsum, M.Kom
Destiana Putri, M. Kom
Erawaty
Venissa Cornelista.

Dokumentasi pada kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan kepada UMKM Borneo Istimewa pada gambar 2 dan 3.



Gambar 2. Sesi Pemaparan Materi Oleh Narasumber



Gambar 3. Dokumentasi Bersama Panitia dan Peserta Kegiatan

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan kepada UMKM Borneo Istimewa tentang pemanfaatan *Artificial Intelligence* dapat disimpulkan bahwa AI khususnya dalam bidang teknologi informasi, telah memberikan manfaat signifikan baik bagi masyarakat umum maupun sehingga bisa diaplikasikan untuk melakukan promosi produk. Penyampaian materi mengenai pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) sebagai media pendukung dalam pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di UMKM Borneo Istimewa telah menunjukkan bagaimana integrasi teknologi canggih dapat berperan penting dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM di era digital saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

Fauzi, A. A., Harto, B., Mulyanto, Dulame, I. M., & Pramuditha, P. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi di Berbagai Sektor Pada Masa Society 5.0*. Indonesia: PT. Sonpedia Publishing.

- Pongtambing, Y. S., Pitrianti, S., Sadno, M., Admawati, H., & Sampetoding, E. A. M. (2023). *Peran dan Peluang Kecerdasan Buatan dalam Proses Bisnis UMKM*. 01(02), 201–206.
- Prabowo, O. H., Merthayasa, A., & Saebah, N. (2023). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Manajemenperubahan Pada Kegiatan Bisnis Di Era Globalisasi. *Syntax Idea*, 5(7), 883–892.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Vrawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>