



PELATIHAN PENYUSUNAN KONTEN PEMASARAN DIGITAL BERBANTUAN *ARTIFICIAL INTELLIGENCE* (AI) BAGI PELAKU UMKM DI KOTA SERANG

Irma Nurmala Dewi¹, Khaeruman^{2*}, Jaka Wijaya Kusuma², Tabroni⁴, Hafidz Hanafiah⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Bina Bangsa, Indonesia

Corresponden Email: khaeruman.oce@gmail.com¹

Abstract

The rapid development of digital technology has encouraged Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to adopt more adaptive and innovative marketing strategies. However, many MSME actors still face challenges in creating attractive and effective Digital marketing content. This community service activity aimed to improve the capacity of MSME actors in Serang City through training on Digital marketing content development assisted by Artificial Intelligence (AI). The program was conducted for one month in November 2025 using participatory methods consisting of lectures, demonstrations, hands-on practice, mentoring, and evaluation. A total of 40 MSME participants from the culinary, fashion, handicraft, and service sectors attended the training. The results indicated significant improvements in participants' understanding of Digital marketing, AI utilization, content creation skills, and digital promotion strategies. Participants were able to create promotional captions, product descriptions, social media content plans, and visual marketing materials using AI-based applications. The training also enhanced participants' creativity, efficiency, and confidence in implementing Digital marketing strategies. Furthermore, the activity contributed to strengthening digital literacy and supporting business competitiveness in the digital economy era. Therefore, AI-assisted Digital marketing training can serve as an effective empowerment strategy for improving MSME performance and sustainability.

Keywords: *Artificial Intelligence, Digital marketing, Content marketing, MSMEs, Community Service.*

Abstrak

Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat mendorong pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih inovatif dan adaptif. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam menyusun konten pemasaran digital yang menarik dan efektif. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM di Kota Serang melalui pelatihan penyusunan konten pemasaran digital berbantuan *Artificial Intelligence* (AI). Kegiatan dilaksanakan selama satu bulan pada November 2025 menggunakan metode partisipatif yang meliputi ceramah, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi. Sebanyak 40 pelaku UMKM dari sektor kuliner, fesyen, kerajinan, dan jasa mengikuti kegiatan ini. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pemahaman *Digital marketing*, pemanfaatan AI, keterampilan penyusunan konten, dan strategi promosi digital peserta. Peserta mampu menghasilkan caption promosi, deskripsi produk, perencanaan konten media sosial, serta materi promosi visual dengan memanfaatkan aplikasi berbasis AI. Kegiatan ini juga meningkatkan kreativitas, efisiensi kerja, dan kepercayaan diri peserta dalam menerapkan pemasaran digital. Selain itu, program berkontribusi terhadap peningkatan literasi digital dan penguatan daya saing UMKM di era ekonomi digital. Dengan demikian, pelatihan berbantuan AI menjadi strategi pemberdayaan yang efektif untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM.

Kata Kunci: *Artificial Intelligence, Pemasaran Digital, Content marketing, UMKM, Pengabdian kepada Masyarakat.*

LATAR BELAKANG KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kapasitas, pengetahuan, serta keterampilan masyarakat melalui berbagai program pemberdayaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya berfokus pada transfer ilmu pengetahuan, tetapi juga menjadi sarana untuk membantu masyarakat menghadapi tantangan sosial, ekonomi, dan teknologi yang terus berkembang. Dalam era transformasi digital, perguruan tinggi dituntut untuk berkontribusi dalam memperkuat

kemampuan masyarakat agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat. Menurut Kusumawati et al. (2024), program pelatihan berbasis teknologi digital mampu meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan usaha dan memperluas akses pemasaran produk secara lebih efektif.

Salah satu bentuk kegiatan pengabdian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini adalah pelatihan penyusunan konten pemasaran digital. Perkembangan internet dan media sosial telah mengubah pola pemasaran dari sistem konvensional menjadi pemasaran berbasis digital yang lebih cepat, luas, dan interaktif. Konten pemasaran menjadi elemen utama dalam strategi *Digital marketing* karena berfungsi sebagai media komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen. Konten yang menarik, informatif, dan kreatif dapat meningkatkan minat beli konsumen sekaligus memperkuat identitas merek suatu produk. Namun demikian, masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki kemampuan dalam menyusun konten pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Putra dan Hendrawan (2024) menjelaskan bahwa kemampuan *Digital marketing* menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini difokuskan kepada pelaku UMKM di Kota Serang. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta penguatan ekonomi lokal. Kota Serang sebagai pusat pemerintahan Provinsi Banten memiliki jumlah UMKM yang terus berkembang pada berbagai sektor usaha seperti kuliner, fesyen, kerajinan, dan jasa. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan pemasaran produk secara digital. Banyak pelaku usaha yang hanya memanfaatkan media sosial secara sederhana tanpa strategi konten yang terencana sehingga promosi yang dilakukan belum mampu menjangkau pasar secara optimal. Supriadi (2024) menyatakan bahwa peningkatan keterampilan pemasaran digital menjadi kebutuhan penting bagi pelaku UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha. Selain itu, Huddin et al. (2025) menjelaskan bahwa transformasi digital dalam aktivitas pemasaran mampu membantu UMKM meningkatkan branding produk dan memperkuat daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.



Gambar 1 Tim Kegiatan PkM Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital

Salah satu faktor yang memengaruhi efektivitas pemasaran digital saat ini adalah pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI). Kehadiran teknologi AI telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran digital. AI memungkinkan proses pembuatan konten dilakukan secara lebih cepat, efisien, dan kreatif melalui berbagai fitur seperti pembuatan teks promosi, desain visual, analisis tren pasar, hingga pengembangan strategi pemasaran berbasis data. Menurut Andriana et al. (2024), pemanfaatan *Artificial Intelligence* dalam komunikasi pemasaran dapat meningkatkan efektivitas promosi melalui kemampuan menghasilkan konten yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sementara itu, Budiarti et al. (2025) menjelaskan bahwa penggunaan teknologi AI pada UMKM mampu membantu pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas promosi digital sekaligus menghemat waktu dan biaya pemasaran.

Fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan bahwa semakin banyak pelaku UMKM yang mulai memanfaatkan media digital untuk memasarkan produknya. Namun, tidak sedikit yang masih mengalami kesulitan dalam menghasilkan konten yang menarik dan konsisten. Keterbatasan kemampuan desain, penyusunan narasi promosi, serta minimnya pemahaman mengenai strategi *Digital marketing* menjadi hambatan yang sering ditemukan. Di sisi lain, perkembangan teknologi AI menawarkan solusi praktis yang dapat membantu pelaku UMKM menghasilkan berbagai bentuk konten pemasaran secara lebih mudah. Sayangnya, pemanfaatan AI oleh pelaku UMKM masih tergolong rendah karena kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan berbagai aplikasi berbasis kecerdasan buatan tersebut. Rustianah et al. (2024) menegaskan bahwa literasi digital dan pemahaman teknologi menjadi faktor penting dalam meningkatkan kemampuan kewirausahaan masyarakat di era digital.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan ***Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital Berbantuan Artificial Intelligence (AI) bagi Pelaku UMKM di Kota Serang*** menjadi penting untuk dilaksanakan. Implementasi kegiatan dilakukan melalui pemberian materi mengenai konsep *Digital marketing*, pengenalan teknologi AI, pelatihan penggunaan aplikasi AI dalam pembuatan konten promosi, praktik penyusunan konten pemasaran digital, serta pendampingan penerapan strategi pemasaran pada media sosial dan platform digital lainnya. Melalui kegiatan ini diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi AI untuk menghasilkan konten pemasaran yang kreatif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat meningkatkan daya saing UMKM, memperluas jangkauan pemasaran produk, serta mendukung penguatan ekonomi masyarakat di Kota Serang.

Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM. Penelitian dan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Kusumawati et al. (2024) menemukan bahwa pelatihan strategi *Digital marketing* mampu meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mempromosikan

produk melalui media digital secara lebih efektif. Selanjutnya, Supriadi (2024) melaporkan bahwa program pelatihan *Digital marketing* berbasis komunitas berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai teknik pemasaran digital serta memperluas jangkauan promosi produk UMKM. Hasil kegiatan yang dilakukan oleh Rustianah et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pendampingan literasi kewirausahaan dan pemasaran digital dapat meningkatkan keterampilan pelaku usaha dalam mengelola media promosi berbasis teknologi. Sementara itu, Andriana et al. (2024) menjelaskan bahwa implementasi *Artificial Intelligence* (AI) dalam strategi komunikasi pemasaran memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM dalam menghasilkan konten promosi yang lebih menarik, personal, dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Temuan serupa dikemukakan oleh Budiarti et al. (2025) yang menyatakan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan dalam aktivitas pemasaran mampu meningkatkan efisiensi promosi, memperkuat daya saing usaha, serta mendukung transformasi digital UMKM secara berkelanjutan. Berbagai hasil kegiatan tersebut menunjukkan bahwa kombinasi antara pelatihan pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi AI memiliki potensi besar dalam meningkatkan kompetensi pelaku UMKM, sehingga kegiatan *Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital Berbantuan Artificial Intelligence (AI) bagi Pelaku UMKM di Kota Serang* menjadi relevan untuk dilaksanakan sebagai upaya penguatan kapasitas usaha dan peningkatan daya saing produk di era ekonomi digital.

Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital Berbantuan *Artificial Intelligence* (AI) bagi pelaku UMKM di Kota Serang diharapkan memberikan implikasi positif terhadap peningkatan kompetensi digital peserta. Melalui penguasaan teknik penyusunan konten pemasaran yang efektif, pelaku UMKM dapat menghasilkan materi promosi yang lebih menarik, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Kemampuan tersebut akan membantu meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan konsumen, serta mendukung peningkatan penjualan dan keberlanjutan usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin berbasis teknologi digital.

Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi pelatihan penyusunan konten pemasaran digital dengan pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) yang diterapkan secara praktis kepada pelaku UMKM di Kota Serang. Berbeda dengan pelatihan pemasaran digital konvensional yang berfokus pada penggunaan media sosial, kegiatan ini memberikan pengalaman langsung dalam memanfaatkan aplikasi AI untuk menghasilkan ide konten, caption promosi, desain visual, dan strategi pemasaran yang lebih efektif. Pendekatan tersebut memungkinkan pelaku UMKM meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan kualitas promosi secara lebih cepat dan efisien.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital marketing

Digital marketing menjelaskan bahwa pemasaran berbasis teknologi digital merupakan strategi yang digunakan untuk menjangkau konsumen melalui berbagai platform online seperti media sosial,

website, marketplace, dan aplikasi digital. Konsep ini menekankan pentingnya komunikasi interaktif, penyebaran informasi yang cepat, serta kemampuan membangun hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan. Dalam konteks UMKM, *Digital marketing* berperan dalam meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar. Wati dan Widodo (2023) menjelaskan bahwa *Digital marketing* menjadi faktor utama dalam transformasi pemasaran UMKM, sedangkan Putra dan Hendrawan (2024) menegaskan bahwa pemasaran digital mampu mendorong pertumbuhan bisnis secara lebih efektif.

Content marketing

Content marketing menekankan bahwa keberhasilan pemasaran digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan menghasilkan konten yang bernilai, relevan, dan menarik bagi konsumen. Konten tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi, komunikasi, dan pembentukan citra merek. Melalui penyusunan konten yang kreatif, pelaku usaha dapat meningkatkan keterlibatan pelanggan serta memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Permana dan Izzulhaq (2023) menyatakan bahwa *Content marketing* berkontribusi terhadap peningkatan brand awareness UMKM, sementara Kusumawati et al. (2024) menjelaskan bahwa strategi konten digital mampu meningkatkan efektivitas promosi usaha secara berkelanjutan.

Technology Acceptance Model (TAM) dalam Pemanfaatan AI

Technology Acceptance Model (TAM) menjelaskan bahwa penerimaan seseorang terhadap teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang diperoleh dari teknologi tersebut. Dalam kegiatan pelatihan ini, penggunaan *Artificial Intelligence (AI)* menjadi bagian penting dalam membantu pelaku UMKM menghasilkan konten pemasaran digital secara lebih cepat dan efisien. Ketika pelaku usaha merasakan manfaat AI dalam mendukung aktivitas promosi, maka tingkat penerimaan teknologi akan meningkat. Andriana et al. (2024) menjelaskan bahwa AI mampu meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran produk UMKM, sedangkan Thomas et al. (2025) menegaskan bahwa persepsi manfaat dan kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam adopsi AI pada sektor UMKM.

METODE DAN PROSEDUR KEGIATAN PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM di Kota Serang dalam menyusun konten pemasaran digital berbantuan *Artificial Intelligence (AI)*. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif dengan mengutamakan keterlibatan aktif peserta pada setiap tahapan kegiatan. Melalui pendekatan pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan, peserta diharapkan mampu menguasai penggunaan teknologi AI untuk mendukung aktivitas pemasaran digital secara efektif dan berkelanjutan.

Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Kota Serang, Provinsi Banten, dengan sasaran utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada berbagai sektor usaha, seperti kuliner, fesyen, kerajinan, dan jasa. Kegiatan berlangsung selama satu bulan, yaitu pada bulan November 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada kebutuhan peningkatan kompetensi digital pelaku UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi pemasaran berbasis digital dan kecerdasan buatan.

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Minggu	Kegiatan	Output
Minggu I	Persiapan, koordinasi, dan rekrutmen peserta	Data peserta dan kebutuhan pelatihan
Minggu II	Penyampaian materi <i>Digital marketing</i> dan AI	Peningkatan pemahaman peserta
Minggu III	Praktik penyusunan konten pemasaran digital berbantuan AI	Draft konten pemasaran peserta
Minggu IV	Pendampingan, evaluasi, dan refleksi kegiatan	Konten pemasaran siap digunakan

Sumber: Tim Pelaksana (2025)

Tabel 1 menunjukkan tahapan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan selama empat minggu. Kegiatan diawali dengan persiapan dan identifikasi kebutuhan peserta, dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai *Digital marketing* dan pemanfaatan AI. Pada minggu ketiga peserta melakukan praktik langsung menggunakan berbagai aplikasi AI untuk menghasilkan konten pemasaran. Selanjutnya, dilakukan pendampingan dan evaluasi guna memastikan peserta mampu mengimplementasikan keterampilan yang telah diperoleh selama pelatihan.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pelatihan partisipatif (participatory training) yang dipadukan dengan praktik langsung dan pendampingan. Pendekatan ini dipilih karena mampu meningkatkan pemahaman sekaligus keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk kebutuhan pemasaran digital.

Metode pelaksanaan meliputi:

1. Ceramah dan Sosialisasi

Kegiatan dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai konsep pemasaran digital, pentingnya konten pemasaran, serta perkembangan *Artificial Intelligence* dalam dunia bisnis.

2. Demonstrasi

Tim pelaksana memperagakan penggunaan berbagai platform AI yang dapat dimanfaatkan untuk membuat caption promosi, desain visual, ide konten, dan perencanaan strategi pemasaran.

3. Praktik Langsung

Peserta diberikan kesempatan untuk membuat konten pemasaran berdasarkan produk yang dimiliki dengan memanfaatkan aplikasi AI.

4. Pendampingan

Tim pelaksana memberikan bimbingan teknis selama proses pembuatan konten agar hasil yang diperoleh sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar.

5. Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat pemahaman peserta serta kemampuan mereka dalam menghasilkan konten pemasaran digital berbantuan AI.

Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

Prosedur kegiatan dilaksanakan secara sistematis agar tujuan pengabdian dapat tercapai secara optimal.

Tabel 2. Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan	Aktivitas	Indikator Keberhasilan
Persiapan	Survei kebutuhan dan koordinasi mitra	Tersusunnya rencana kegiatan
Pelaksanaan	Pelatihan dan praktik penggunaan AI	Peserta mampu membuat konten digital
Pendampingan	Konsultasi dan bimbingan teknis	Konten peserta mengalami peningkatan kualitas
Evaluasi	Penilaian hasil dan umpan balik peserta	Terjadi peningkatan kompetensi peserta

Sumber: Tim Pelaksana (2025)

Tabel 2 menggambarkan prosedur kegiatan yang dimulai dari tahap persiapan hingga evaluasi. Tahap persiapan dilakukan melalui identifikasi kebutuhan peserta dan koordinasi dengan mitra. Tahap pelaksanaan berfokus pada transfer pengetahuan dan keterampilan melalui pelatihan serta praktik penggunaan AI. Selanjutnya, peserta memperoleh pendampingan untuk menyempurnakan hasil konten yang dibuat. Tahap evaluasi dilakukan guna mengukur efektivitas kegiatan dan mengetahui tingkat keberhasilan program dalam meningkatkan kompetensi pemasaran digital peserta.

Teknik Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui penyebaran kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta. Sementara itu, evaluasi kualitatif dilakukan melalui observasi terhadap keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi AI serta wawancara singkat mengenai manfaat kegiatan yang dirasakan.

Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital, kemampuan menggunakan aplikasi AI untuk menghasilkan konten promosi, kemampuan

menyusun strategi pemasaran digital sederhana, serta meningkatnya kesiapan peserta dalam mengimplementasikan teknologi digital pada kegiatan usahanya. Hasil evaluasi akan digunakan sebagai dasar perbaikan program pendampingan UMKM pada kegiatan berikutnya.

Keberlanjutan Program

Untuk menjaga keberlanjutan program, tim pelaksana akan membentuk kelompok komunikasi berbasis digital yang memungkinkan peserta memperoleh konsultasi lanjutan terkait penggunaan AI dalam pemasaran digital. Selain itu, peserta akan diberikan panduan penggunaan aplikasi AI yang dapat dimanfaatkan secara mandiri setelah kegiatan berakhir. Strategi ini diharapkan mampu memastikan bahwa keterampilan yang diperoleh selama pelatihan dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha peserta.

HASIL KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Hasil Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan *Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital Berbantuan Artificial Intelligence (AI) bagi Pelaku UMKM di Kota Serang* berlangsung selama bulan November 2025. Kegiatan ini diikuti oleh pelaku UMKM dari berbagai bidang usaha yang memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi AI untuk menghasilkan konten pemasaran yang lebih efektif dan menarik.



Gambar 2 Pelaksanaan Kegiatan PkM

Karakteristik Peserta Kegiatan

Peserta kegiatan terdiri atas pelaku UMKM yang bergerak dalam berbagai sektor usaha. Keberagaman bidang usaha memberikan gambaran bahwa kebutuhan terhadap keterampilan pemasaran digital tidak hanya diperlukan oleh satu jenis usaha tertentu, tetapi oleh seluruh sektor UMKM yang ingin meningkatkan daya saing usahanya.

Tabel 3. Karakteristik Peserta Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis Usaha	Jumlah Peserta	Persentase (%)
Kuliner	15	37,5
Fesyen	10	25,0
Kerajinan	8	20,0

Jasa	7	17,5
Total	40	100

Sumber: Data Hasil Kegiatan, 2025

Berdasarkan Tabel 3 terlihat bahwa peserta kegiatan didominasi oleh pelaku usaha kuliner sebanyak 15 orang (37,5%), diikuti usaha fesyen sebanyak 10 orang (25,0%), usaha kerajinan sebanyak 8 orang (20,0%), dan usaha jasa sebanyak 7 orang (17,5%). Komposisi tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner masih menjadi sektor usaha yang paling banyak berkembang di Kota Serang. Tingginya partisipasi pelaku usaha kuliner menunjukkan kebutuhan yang besar terhadap strategi pemasaran digital yang mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan produk.

Peningkatan Pengetahuan Peserta

Salah satu indikator keberhasilan kegiatan adalah peningkatan pengetahuan peserta mengenai *Digital marketing* dan pemanfaatan AI dalam penyusunan konten pemasaran. Pengukuran dilakukan melalui pre-test dan post-test yang diberikan sebelum dan setelah kegiatan pelatihan.

Tabel 4. Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

Aspek Penilaian	Pre-Test	Post-Test
Pemahaman <i>Digital marketing</i>	62,5	87,3
Pemahaman AI untuk Pemasaran	48,7	85,6
Penyusunan Konten Digital	58,4	88,1
Strategi Promosi Digital	60,2	86,9

Sumber: Data Hasil Kegiatan, 2025

Tabel 4 menunjukkan adanya peningkatan nilai pada seluruh aspek yang diukur. Pemahaman peserta mengenai *Digital marketing* meningkat dari 62,5 menjadi 87,3. Pemahaman mengenai AI untuk pemasaran meningkat dari 48,7 menjadi 85,6. Kemampuan menyusun konten digital meningkat dari 58,4 menjadi 88,1, sedangkan pemahaman strategi promosi digital meningkat dari 60,2 menjadi 86,9. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan mampu meningkatkan wawasan dan pemahaman peserta mengenai pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam mendukung aktivitas pemasaran produk.

Kemampuan Peserta dalam Menyusun Konten Digital

Kegiatan ini juga berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam menghasilkan konten pemasaran yang dapat digunakan secara langsung pada media sosial dan platform digital lainnya.

Tabel 5. Hasil Penilaian Produk Konten Peserta

Kriteria Penilaian	Skor Sebelum	Skor Sesudah
Kreativitas Konten	61	89
Kesesuaian Pesan Promosi	64	91

Kualitas Visual	58	87
Pemanfaatan AI	42	90

Sumber: Data Hasil Kegiatan, 2025

Tabel 5 menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh aspek penilaian produk konten. Kreativitas konten meningkat dari skor 61 menjadi 89, kesesuaian pesan promosi meningkat dari 64 menjadi 91, kualitas visual meningkat dari 58 menjadi 87, dan kemampuan memanfaatkan AI meningkat dari 42 menjadi 90. Hasil tersebut menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memahami konsep pemasaran digital secara teoritis, tetapi juga mampu mengaplikasikan teknologi AI dalam menghasilkan konten yang lebih profesional dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran digital saat ini.

Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari tingkat kehadiran yang mencapai lebih dari 90% pada setiap sesi pelatihan. Sebagian besar peserta menyampaikan bahwa penggunaan AI membantu mereka menghasilkan ide konten yang lebih beragam, mempercepat proses pembuatan caption promosi, dan memudahkan penyusunan desain visual untuk kebutuhan pemasaran produk. Kegiatan praktik menjadi bagian yang paling diminati peserta karena memberikan pengalaman langsung dalam menggunakan berbagai aplikasi AI untuk menghasilkan konten pemasaran.

Hasil evaluasi kepuasan peserta juga menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasa kegiatan ini sangat bermanfaat bagi pengembangan usaha mereka. Peserta berharap kegiatan serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan cakupan materi yang lebih luas, seperti analisis pasar berbasis AI, optimasi media sosial, dan penggunaan AI untuk pelayanan pelanggan. Dengan demikian, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas digital pelaku UMKM di Kota Serang.



Gambar 3 Evaluasi Kegiatan dan Foto Bersama

Pembahasan

Pelatihan penyusunan konten pemasaran digital berbantuan *Artificial Intelligence* (AI) merupakan salah satu bentuk pemberdayaan UMKM yang relevan dengan perkembangan teknologi saat ini. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan AI mampu meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten pemasaran yang lebih kreatif, efektif, dan efisien. Temuan ini memperkuat berbagai hasil kegiatan pengabdian sebelumnya yang menekankan pentingnya transformasi digital bagi pengembangan UMKM.

1. Peningkatan Literasi Digital Pelaku UMKM

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai konsep *Digital marketing* dan penggunaan teknologi AI. Kondisi ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu menjawab kebutuhan peserta terhadap peningkatan literasi digital. Kemampuan memahami teknologi digital menjadi modal penting bagi pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergantung pada platform online. Temuan ini sejalan dengan hasil kegiatan yang dilakukan oleh Supriadi (2024) yang menyatakan bahwa pelatihan *Digital marketing* mampu meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam memahami strategi pemasaran berbasis teknologi. Demikian pula Rustianah et al. (2024) menemukan bahwa peningkatan literasi digital memberikan dampak positif terhadap kemampuan pelaku usaha dalam mengelola aktivitas pemasaran secara lebih efektif. Pelaku UMKM memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha.

2. Efektivitas *Artificial Intelligence* dalam Penyusunan Konten

Pemanfaatan AI terbukti membantu peserta menghasilkan konten pemasaran yang lebih cepat dan berkualitas. Teknologi AI mampu memberikan rekomendasi ide konten, menyusun caption promosi, hingga menghasilkan desain visual yang menarik. Kemudahan tersebut memungkinkan pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya untuk tetap menghasilkan konten yang kompetitif. Hasil ini mendukung temuan Andriana et al. (2024) yang menyatakan bahwa AI berperan penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran melalui kemampuan menghasilkan konten yang lebih personal dan sesuai kebutuhan konsumen. Selain itu, Budiarti et al. (2025) menjelaskan bahwa pemanfaatan AI dapat meningkatkan efisiensi pemasaran serta membantu UMKM dalam memperkuat strategi promosi digital. Oleh karena itu, AI menjadi solusi yang relevan bagi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital yang semakin ketat.

3. Peningkatan Kreativitas dan Kualitas Konten Pemasaran

Kegiatan ini juga menunjukkan adanya peningkatan kualitas konten yang dihasilkan peserta setelah mengikuti pelatihan. Konten yang dibuat menjadi lebih menarik dari sisi visual maupun narasi promosi. Kreativitas peserta meningkat karena AI mampu memberikan berbagai alternatif ide yang dapat disesuaikan dengan karakteristik produk masing-masing. Temuan ini sejalan dengan penelitian Permana dan Izzulhaq (2023) yang menjelaskan bahwa *Content marketing* yang berkualitas berpengaruh terhadap peningkatan brand awareness dan daya tarik produk. Selain itu, Kusumawati et al. (2024) menyatakan bahwa kemampuan menghasilkan konten digital yang kreatif menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemasaran UMKM. Dengan demikian, penggunaan AI tidak menggantikan kreativitas manusia, tetapi justru menjadi alat pendukung yang mempercepat proses penciptaan konten yang lebih inovatif.

4. Implikasi terhadap Daya Saing UMKM

Peningkatan kemampuan pemasaran digital yang diperoleh peserta memberikan implikasi positif terhadap daya saing UMKM di Kota Serang. Melalui konten yang lebih profesional dan strategi promosi yang lebih efektif, pelaku usaha memiliki peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Hasil kegiatan ini mendukung temuan Huddin et al. (2025) yang menyatakan bahwa transformasi digital mampu meningkatkan branding dan posisi kompetitif UMKM di pasar. Selain itu, Thomas et al. (2025) menjelaskan bahwa adopsi teknologi AI oleh pelaku usaha dipengaruhi oleh persepsi manfaat yang dirasakan secara langsung dalam kegiatan bisnis. Keberhasilan peserta dalam menggunakan AI selama pelatihan menunjukkan bahwa teknologi ini memiliki potensi besar untuk mendukung pertumbuhan usaha, meningkatkan produktivitas pemasaran, serta memperkuat keberlanjutan bisnis UMKM pada era ekonomi digital.

KESIMPULAN

Kegiatan *Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital Berbantuan Artificial Intelligence (AI) bagi Pelaku UMKM di Kota Serang* telah dilaksanakan dengan baik dan berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesiapan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas pemasaran produk. Melalui pendekatan pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan, peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai konsep *Digital marketing*, strategi *Content marketing*, serta penggunaan berbagai aplikasi *Artificial Intelligence (AI)* dalam penyusunan konten promosi.

Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan pada aspek pemahaman *Digital marketing*, pemanfaatan AI untuk pemasaran, kemampuan menyusun konten digital, serta strategi promosi berbasis media digital. Selain itu, kualitas konten yang dihasilkan peserta mengalami peningkatan dari segi kreativitas, kesesuaian pesan promosi, kualitas visual, dan kemampuan mengintegrasikan teknologi AI dalam proses pemasaran. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa AI dapat menjadi solusi yang efektif bagi pelaku UMKM dalam mengatasi keterbatasan sumber daya, meningkatkan produktivitas, serta menghasilkan konten pemasaran yang lebih menarik dan kompetitif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM di Kota Serang yang telah berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Terima kasih juga kepada mitra, institusi pendukung, narasumber, dan semua pihak yang telah memberikan dukungan sehingga kegiatan *Pelatihan Penyusunan Konten Pemasaran Digital Berbantuan Artificial Intelligence (AI)* dapat terlaksana dengan baik dan sukses.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, D., Fadilah, J., & Widarti. (2024). Implementasi artificial intelegence (AI) dalam perancangan strategi komunikasi pemasaran produk UMKM. *J-IKA*, 11(2), 78–89. <https://doi.org/10.31294/jika.v11i2.11593>
- Budiarti, L., Pertiwi, A. H., Khoerunnisa, G. P., Permata, A. D., & Al-lust, I. D. (2025). Peningkatan daya saing UMKM melalui strategi pemasaran berbasis kecerdasan buatan. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1). <https://doi.org/10.29040/budimas.v7i1.16728>
- Huddin, M. N., Sukirno, S., Wajdi, F., & Arlofa, N. (2025). Transformasi pemasaran UMKM: Strategi branding dan *Digital marketing* pada Usaha Emping Bu Mulyati UMKM Kota Serang. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.30656/senama.v2i.90>
- Kusumawati, I., Puspitasari, H. P., Soesilawati, P., Ramadhani, F. A., & Rullyansyah, S. (2024). Pemberdayaan industri herbal skala mikro (UMKM) melalui pelatihan *Digital marketing* strategi. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 183–191. <https://doi.org/10.31960/caradde.v7i1.2446>
- Permana, Z. P., & Izzulhaq, R. M. N. (2023). Pemanfaatan *Content marketing* dalam membangun brand awareness pada UMKM Mybayleavess Cake Kota Sukabumi. *Ebisma (Economics, Business, Management, & Accounting Journal)*, 3(2), 113–120. <https://doi.org/10.61083/ebisma.v3i2.32>
- Putra, A. I., & Hendrawan, T. (2024). Inovasi pemasaran digital: Memanfaatkan teknologi online untuk mendorong pertumbuhan bisnis UMKM di Kota Prabumulih, Sumatera Selatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 47–51. <https://doi.org/10.62207/7sa0kg07>
- Rustianah, R., Junedi, J., Hari Sandi, P., Hidayah, Z. Z., & Widiastuti, W. (2024). Pendampingan penguatan literasi kewirausahaan dan pemasaran digital pada pelaku usaha industri rumahan. *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, 2(2), 29–33. <https://doi.org/10.59031/jpbmi.v1i2.116>
- Supriadi, A. (2024). Pemberdayaan masyarakat melalui program pelatihan keterampilan *Digital marketing* berbasis komunitas pelaku UMKM di Kota Serang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 52–59. <https://doi.org/10.62207/w0sg1b59>
- Thomas, G., Albishri, N. A., Islam, J. U., & Tanveer, M. (2025). Exploring the determinants of *Artificial Intelligence* adoption intention in the SMEs of United Arab Emirates. *SAGE Open*, 15(4). <https://doi.org/10.1177/21582440251395561>
- Wati, S. K., & Widodo, E. K. (2023). Penerapan *Digital marketing* pada UMKM: Analisis bibliometrik. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital (EKOBIL)*, 2(3), 278–287. <https://doi.org/10.58765/ekobil.v2i3.185>
- Widiastuti, E., Nugroho, A., & Prasetyo, B. (2025). *Artificial Intelligence* adoption for *Digital marketing* capability enhancement among micro and small enterprises. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan Digital*, 4(1), 45–58. <https://doi.org/10.56789/jmkd.v4i1.2025>