



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

TRANSFORMASI DIGITAL UMKM DI KENDARI: PELATIHAN PENGGUNAAN AI UNTUK PEMASARAN YANG EFEKTIF DAN HEMAT BIAYA

Ferdinand Murni Hamundu¹, La Surimi², Gusti Arviana Rahman³

^{1, 2, 3} Prodi Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Halu Oleo
ferdinand@uho.ac.id¹, lasurimi@uho.ac.id², Arviana.rahman@uho.ac.id³

Submitted: 6 November 2025 Acceptor: 15 Desember 2025 Published: 31 Desember 2025

Abstrak Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital bagi pelaku UMKM di Kota Kendari melalui pelatihan penggunaan *AI generatif*. Dengan metode interaktif, sebanyak 25 pelaku UMKM diberikan jenis pelatihan meliputi praktik teknik *copy writing*, pembuatan video iklan dan optimasi iklan di media sosial, optimasi ChatGPT, dan pembuatan halaman arahan, serta pendampingan penerapan di usaha peserta. Hasil analisis menunjukkan peningkatan pemahaman peserta tentang pemasaran digital menjadi 92% sebelumnya 30% yang merasa paham, penghematan waktu hingga 50% dalam pembuatan konten, dan 95% peserta menyatakan bahwa penggunaan AI membantu mereka menghemat biaya promosi. Kegiatan ini membuktikan bahwa teknologi *AI generatif* dapat menjadi solusi strategis bagi UMKM dalam mengatasi tantangan pemasaran di era digital.

Kata Kunci: ai generatif, chatgpt, copywriting, media sosial, umkm

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Kendari. Meskipun memiliki peran vital dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan inovasi, banyak UMKM yang kesulitan dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi, terutama dalam hal pembuatan konten pemasaran digital (Rahma et al, 2025). Proses pembuatan video

marketing yang menarik sering menjadi tantangan utama, mengingat keterbatasan sumber daya dan keahlian di bidang teknologi (Firmanie, 2023).

Kebutuhan akan pemasaran digital yang efektif semakin mendesak di era digital ini, terutama untuk menjangkau pasar lebih luas. Kecerdasan buatan (*AI generatif*) menawarkan solusi bagi pelaku UMKM untuk menciptakan konten video secara cepat, efisien, dan dengan



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

kualitas yang baik. Program Kemitraan Masyarakat Internal UHO (PKMI-UHO), melalui pelatihan penggunaan *AI generatif* memberikan pelaku UMKM akses terhadap teknologi yang mungkin sebelumnya tidak terjangkau atau tidak diketahui oleh mereka. UHO, sebagai institusi pendidikan, memiliki kewajiban untuk tidak hanya mengembangkan ilmu pengetahuan, tetapi juga untuk memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat.

Melalui pelatihan ini, UHO memberikan dukungan langsung kepada UMKM dengan menyediakan sumber daya dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing, sehingga pada gilirannya meningkatkan kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal. Dengan demikian, pelatihan ini sangat relevan dan strategis, mengingat semakin pentingnya penggunaan pemasaran digital dalam pengembangan bisnis UMKM. Teknologi *AI generatif* memungkinkan pelaku UMKM di Kota

Kendari untuk bersaing secara efektif, meningkatkan daya saing mereka dalam pasar global, dan membuka peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pemasaran Digital dan Peranannya bagi UMKM

Pemasaran digital telah menjadi aspek yang sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar. UMKM yang tidak memanfaatkan teknologi digital cenderung tertinggal dalam kompetisi pasar yang semakin ketat (Rahma et al., 2025). Pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk melakukan promosi dengan biaya lebih rendah dan jangkauan yang lebih luas, serta memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen melalui media sosial dan platform online lainnya.



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

Pemasaran digital telah terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan meningkatkan pendapatan usaha kecil yang menekankan pentingnya strategi digital dalam mendukung keberlanjutan bisnis UMKM (Iskandar et al. , 2025).

2.2. Kecerdasan Buatan (AI) dalam Pemasaran

Kecerdasan Buatan (*AI generatif*), yang digunakan untuk menghasilkan konten secara otomatis, telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran. AI memungkinkan pembuatan konten teks, gambar, dan video dengan cepat, serta dapat menyesuaikan konten dengan preferensi audiens tertentu (Rahman, 2024). Firmanie (2023) menjelaskan bahwa penggunaan AI dalam pemasaran tidak hanya menghemat waktu dan biaya, tetapi juga meningkatkan kualitas konten yang diproduksi, karena AI dapat

menghasilkan materi yang lebih relevan dan personal. Dalam konteks UMKM, teknologi AI memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk menciptakan konten berkualitas tanpa memerlukan tim kreatif profesional yang mahal.

2.3. Penggunaan AI Generatif dalam Pembuatan Konten Video

Menurut Ghozali (2023), *AI generatif* mampu mempercepat pembuatan konten, termasuk video marketing, yang biasanya memerlukan waktu dan tenaga yang cukup besar. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha untuk membuat video iklan, tutorial, atau promosi produk secara efisien. Wulandari (2023) juga mencatat bahwa dengan menggunakan AI, UMKM dapat mengoptimalkan pembuatan konten video tanpa harus memiliki keahlian teknis tinggi, yang biasanya menjadi hambatan bagi usaha kecil.



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

2.4. Dampak Pelatihan terhadap Peningkatan Keterampilan UMKM

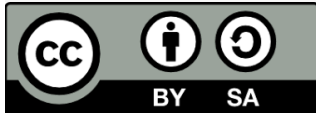
Pelatihan berbasis teknologi digital dapat secara signifikan meningkatkan keterampilan dan produktivitas pelaku UMKM (Yusuff et al., 2024). Pelatihan tersebut tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam operasional usaha mereka. Dalam konteks penggunaan AI, pelatihan dapat membantu UMKM mengurangi ketergantungan pada pihak ketiga, menghemat biaya, dan meningkatkan efisiensi dalam pembuatan konten pemasaran.

3. METODE PELAKSAAN PENGABDIAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan studi pendahuluan untuk memahami kondisi UMKM di Kota Kendari. Kami melakukan observasi lapangan dan

berinteraksi langsung dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi tantangan utama yang mereka hadapi dalam pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan video pemasaran. Berdasarkan wawancara dan diskusi yang dilakukan dengan para pelaku UMKM, kami memperoleh gambaran yang jelas tentang tingkat pemahaman mereka terhadap teknologi digital dan AI, serta kebutuhan mereka dalam mengembangkan pemasaran produk melalui video.

Langkah pertama adalah melakukan perencanaan dan persiapan materi pelatihan. Materi pelatihan disusun dengan tujuan memberikan pelatihan praktis mengenai pembuatan video pemasaran berbasis AI. Pelatihan ini difokuskan pada penggunaan *platform AI generatif* oleh UMKM untuk membuat konten video yang mempromosikan produk mereka secara lebih efektif. Selain itu, pelatihan ini juga dirancang agar peserta dapat menguasai teknik dasar seperti pembuatan naskah



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

iklan, optimasi video untuk media sosial, dan penggunaan platform berbasis AI secara efisien. Selain itu, peserta juga diajarkan tentang optimasi Chat GPT untuk memperkaya konten teks yang digunakan dalam video iklan mereka.

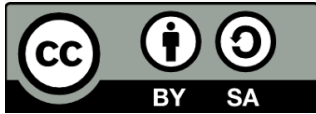
Pelatihan ini dilakukan dalam dua hari berturut-turut. Pelatihan berfokus pada praktek interaktif dimana peserta diberikan kesempatan untuk berlatih membuat dan mengoptimalkan iklan menggunakan AI untuk meningkatkan jangkauan dan efektivitas pemasaran mereka. Selain itu, sesi praktek juga mencakup pembuatan landing page dan jingle usaha, memberikan peserta keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam bisnis mereka.

Evaluasi dilakukan untuk mengukur pemahaman dan keberhasilan peserta dalam mengaplikasikan materi yang telah diajarkan. Sebelum dan setelah pelatihan selesai diberikan pre-test dan post-tes. Kuesioner dibagikan kepada peserta, di mana mereka diminta

untuk menilai pemahaman mereka terhadap penggunaan *AI generatif* dalam pembuatan video, serta sejauh mana mereka dapat mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam praktik. Kami juga mengadakan observasi langsung terhadap video yang dihasilkan oleh peserta, untuk menilai peningkatan kualitas konten yang mereka buat. Kegiatan ini akan ditutup dengan pembuatan laporan yang mendokumentasikan tahapan, hasil penilaian, dan analisis dampak dari pelatihan ini terhadap performa UMKM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan video pemasaran berbasis AI bagi pelaku UMKM di Kota Kendari berhasil memberikan dampak yang signifikan pada peningkatan keterampilan dan pemahaman peserta terkait dengan penggunaan teknologi digital. Pelatihan diikuti oleh 25 pelaku UMKM yang tersebar di kota Kendari, dengan



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

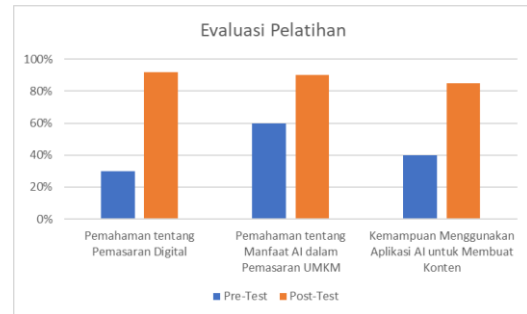
antusiasme yang tinggi dalam mengikuti setiap sesi sebagaimana pada gambar 1.



Gambar 1. Foto Pelatihan *Ai Generatif*

Sumber : Dokumentasi Internal, 2025

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan menggunakan kuesioner, terdapat peningkatan yang signifikan pada beberapa aspek utama diantaranya pemahaman tentang pemasaran digital, manfaat AI dan kemampuan menggunakan aplikasi AI untuk membuat konten sebagaimana pada gambar 2.



Gambar 2. Evaluasi Pre-Test vs Post-Test

Sumber : Dokumentasi Internal, 2025

Setelah mengikuti pelatihan, 92% peserta menyatakan bahwa mereka memahami konsep pemasaran digital dengan baik, dibandingkan dengan hanya 30% yang merasa paham sebelum pelatihan. Selain itu, terdapat peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta mengenai manfaat AI dalam konteks pemasaran UMKM. Sebelum pelatihan, sekitar 60% peserta merasa kurang memahami bagaimana AI bisa diterapkan dalam usaha mereka. Setelah pelatihan, 90% peserta mengaku memahami manfaat AI dalam mempermudah pembuatan konten dan meningkatkan efektivitas pemasaran. Peningkatan yang sangat signifikan terlihat dalam hal kemampuan peserta



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

untuk menggunakan aplikasi AI dalam pembuatan konten. Sebelum pelatihan, hanya 40% peserta yang merasa mampu menggunakan aplikasi AI untuk membuat konten marketing. Namun, setelah mengikuti pelatihan, 85% peserta melaporkan bahwa mereka merasa lebih siap untuk menggunakan aplikasi AI, seperti *Chat GPT*, *Gemini*, dan platform lain yang diajarkan selama sesi pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan telah berhasil memberikan wawasan tentang bagaimana teknologi *AI generatif* dapat digunakan untuk menciptakan konten video yang menarik dan relevan dengan audiens. Disamping itu, pelatihan tidak hanya memberikan teori tetapi juga keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam usaha mereka.

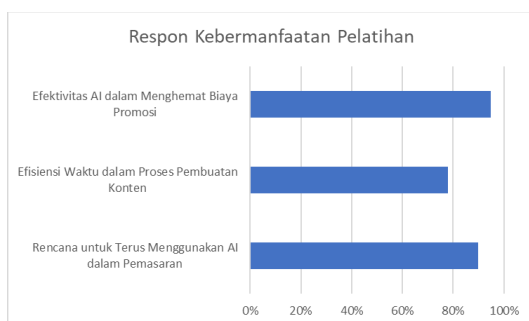
Salah satu aspek yang paling mencolok dari pelatihan ini adalah peningkatan efisiensi waktu dalam pembuatan konten. Sebelum pelatihan, banyak peserta yang menghabiskan waktu berjam-jam untuk membuat

konten pemasaran yang menarik. Setelah pelatihan, 78% peserta melaporkan bahwa mereka dapat menghemat waktu hingga 40-50% dalam pembuatan konten, terutama berkat penggunaan aplikasi AI yang mampu mempercepat proses pembuatan video dan teks iklan. Salah satu peserta menyatakan, "Kecepatan dalam pembuatan konten iklan sangat meningkat, yang sebelumnya memakan waktu berjam-jam kini dapat selesai dalam waktu singkat." Salah satu temuan menarik lainnya adalah bahwa 95% peserta melaporkan bahwa penggunaan AI dalam pembuatan konten iklan dapat menghemat biaya promosi mereka. Sebelum pelatihan, mayoritas UMKM harus bergantung pada jasa pembuatan konten eksternal yang mahal. Setelah mengikuti pelatihan, mereka merasa lebih mandiri dalam menciptakan konten berkualitas dengan biaya yang lebih terjangkau. Evaluasi juga menunjukkan bahwa 90% peserta berencana untuk terus menggunakan aplikasi AI dalam



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

pemasaran mereka. Ini menunjukkan keberhasilan pelatihan dalam memberikan pemahaman yang mendalam dan keterampilan praktis yang dirasa bermanfaat bagi kelangsungan dan pengembangan bisnis mereka di masa depan sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3 Evaluasi Kebermanfaatan Pelatihan
 Sumber : Dokumentasi Internal, 2025

Para peserta memberikan umpan balik yang sangat positif terkait perubahan yang mereka rasakan setelah mengikuti pelatihan. Sebagian besar menyebutkan bahwa mereka merasa lebih siap untuk menghadapi era digital marketing dan lebih memahami pentingnya pemasaran berbasis AI. Seorang peserta menyatakan, “Pelatihan ini mengubah cara kami berpikir tentang

pemasaran, dan kami merasa lebih percaya diri untuk terus menggunakan AI dalam bisnis kami”.

5. KESIMPULAN

Pelatihan pembuatan video marketing berbasis *Artificial Intelligence* (AI) bagi pelaku UMKM Kota Kendari yang dilaksanakan melalui Program Kemitraan Masyarakat Internal Universitas Halu Oleo (PKMI-UHO) memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kompetensi peserta dalam pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan mampu meningkatkan secara substansial pemahaman peserta mengenai konsep pemasaran digital, pemanfaatan teknologi AI, serta keterampilan teknis dalam membuat konten video digital yang kreatif dan efektif.

Sebelum mengikuti pelatihan, sebagian besar peserta memiliki keterbatasan pengetahuan dan kemampuan dalam memanfaatkan AI



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

untuk pemasaran. Namun, setelah pelatihan, terjadi peningkatan pemahaman pemasaran digital dari 30% menjadi 92%, peningkatan pemahaman manfaat AI dari 60% menjadi 90%, serta peningkatan kemampuan penggunaan aplikasi AI untuk konten dari 40% menjadi 85%. Selain itu, 78% peserta melaporkan mampu menghemat waktu produksi konten hingga 40–50%, dan 95% menyatakan penggunaan AI membantu menghemat biaya promosi secara signifikan.

Pelatihan ini juga membentuk sikap positif dan kesiapan peserta dalam menghadapi transformasi digital dunia usaha, ditunjukkan oleh 90% peserta yang berencana terus memanfaatkan AI dalam strategi pemasaran mereka. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis, tetapi juga memberdayakan UMKM untuk lebih adaptif, inovatif, dan kompetitif di era digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini membuktikan bahwa penggunaan

teknologi AI sebagai bagian dari strategi pemasaran digital sangat relevan dan efektif dalam mendukung daya saing UMKM. Program serupa perlu dilanjutkan dan diperluas, termasuk pendampingan berkelanjutan dan pengembangan modul lanjutan, agar pelaku UMKM semakin siap bertransformasi dan bertumbuh dalam ekosistem ekonomi digital yang dinamis dan kompetitif.

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penulisan jurnal ini, kami mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Pelaku UMKM yang tergabung dalam Himpunan Wirausahaan Mandiri Kota Kendari, sebagai peserta kegiatan.
- 2) Tim program studi ilmu komputer Universitas Halu Oleo yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan ini.
- 3) Lembaga Pengabdian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Halu Oleo yang telah



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

mendanai kegiatan ini melalui skema Program Kemitraan Masyarakat Internal Universitas Halu Oleo (PKMI-UHO).

DAFTAR PUSTKA

- Firmanie, M. A. K. (2023). Implementasi akad mudharabah dalam mendorong kegiatan usaha masyarakat untuk mencapai Sustainable Development Goals (SDGs). *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 9(2), 385–396.
- Ghozali, I. (2023). *Aplikasi kecerdasan buatan dalam dunia usaha: Teori dan implementasi*. Penerbit Andi.
- Hamundu, F. M., Surimi, L., & Rahman, G. A. (2025). *Transformasi digital UMKM di Kendari: Pelatihan penggunaan AI untuk pemasaran yang efektif dan hemat biaya*.
- Iskandar, I., Parlindungan, R., Panjaitan, M. N., & Alfian, R. (2025). Strategi digital marketing keberlanjutan dalam memanfaatkan AI kepada UMKM kuliner tahun 2024–2025 di Kota Medan, Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi*, 3(1), 1065–1071.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Mukhrizal, M. A., Antoh, O. Y., & Maharani, H. (2024). Analisis peran UMKM terhadap ketahanan pangan dan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 14(2), 220–229.
- Rahma, A. A., Sarita, W. R., & Novita, Y. (2025). Peran usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai pilar kewirausahaan dalam pembangunan ekonomi lokal. *Journal Education, Sociology and Law*, 1(1), 826–832.



Artikel ini dilisensi oleh CC-BY-SA

Rahman, S. (2024). *Panduan optimalisasi AI untuk digital marketing*. Elex Media Komputindo.

Wulandari, W. (2023). *Mengenal AI dan pengaruhnya dalam pemasaran digital*. Penerbit Ekonomi Digital.

Yusuff, A. A., Kamasturyani, Y., Nurcahyani, S., Andhini, C. S. D., Rizki, M., Rianto, D. D., &

Yudhono, M. S. A. (2024). Memperkuat kemampuan digital melalui pelatihan dan FGD: Inovasi dan strategi dalam pemasaran dan produksi konten. *ADIMA Jurnal Awatara Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–11.