

**E-ISSN : 3108-9704**

**VOLUME 2 NOMOR 1 , APRIL TAHUN 2025**



# **JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT BHAKTI JIVANA**

**JALAN SUKARESIK 1 NO.3  
RT 01/09 KELURAHAN CIPEDES  
KECAMATAN SUKAJADI  
KOTA BANDUNG 40162  
JAWA BARAT INDONESIA**

**EMAIL : [info@forumkomunikasidosen.org](mailto:info@forumkomunikasidosen.org)**



(<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/index>)  
**editorial team**

#### **Editor in Chief**

**Yoana Nurul Asri, S.Si., M.Pd, Universitas Nurtanio**  
(<https://www.unnur.ac.id/>)



(<https://scholar.google.com/citations?hl=id&user=oUuefaMAAAAJ>)

#### **Board of Editor**

**Dr. Gunardi, S.E., M.M., C.FTax., Politeknik Pajajaran Bandung**  
(<https://politeknikpajajaran.ac.id/>)



(<https://scholar.google.com/citations?user=dPS0WhcAAAAJ&hl=en&oi=ao>)

**Scopus** (<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57213199401>)



(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6012341>)

**Dr. Mira Veranita, M.Si., Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya (ARS),**

## Jawa Barat Indonesia (<https://politeknikpajajaran.ac.id/>)



(<https://scholar.google.com/citations?user=dPS0WhcAAAAJ&hl=en&oi=ao>)



(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57213191883>)



(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6011461>)

## Dr Rini Susilowati., S.IP., M.MPd., C.MWI., CMH, Universitas Islam Nusantara, Bandung Jawa Barat Indonesia (<https://uninus.ac.id>)



(<https://scholar.google.com/citations?user=5C0m9y0AAAAJ&hl=en&oi=ao>)



(<https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57213191883>)



(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6844617>)

## Umar Wirahadi, S.ST., M.Kom, Teknik Komputer - Politeknik Pikesi Ganesha (<https://pikesi.ac.id>)



(<https://scholar.google.com/citations?hl=en&user=QUD6bKsAAAAJ>)



(<https://sinta.kemdikbud.go.id/authors/profile/6695107>)

## Irda Nur Khumaero, S.H., M.H., Prodi Hukum Fakultas Hukum, Universitas Kartamulia Purwakarta (<https://univkartamulia.ac.id>)





(<https://statcounter.com/>) View Stats Jivana (<https://statcounter.com/p13033724/?guest=1>)

**JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
FORUM KOMUNIKASI DOSEN (FKD)**

**Kantor :**

Jl. Sukaresik I No. 3 RT. 01 RW. 09 Kelurahan  
Cipedes, Kecamatan Sukajadi,  
Kota Bandung, Jawa Barat 40162

**Kontak :**

+62 818-0909-2626

**Email :**

[info@forumkomunikasidosen.org](mailto:info@forumkomunikasidosen.org)

**Penanggung Jawab :**

-

-

Home (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/index>) /  
 Archives (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/issue/archive>) /  
 (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/index>)  
 Vol. 2 No. 2 (2025): Volume 2 No 2 August 2025

## Vol. 2 No. 2 (2025): Volume 2 No 2 August 2025

The BHAKTI JIVANA Community Service Journal is a scientific publication platform that contains the results of community service activities carried out by lecturers, researchers, and practitioners. This journal aims to document, disseminate, and make a real contribution to solving existing problems in society through the application of science, technology, and the arts.

Published: 2025-08-31

### Articles

**Application of Tissue Culture in the Maintenance of *Kappaphycus alvarezii* Seaweed Seedlings at the Ambon BPBL Laboratory** (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/40>)

Meillisa Carlen Mainassy, Asinado Hutabalian, Madellayne Glosallya Ririmasse, Meylany Songjanan 1-9

 PDF (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/40/21>)

**EDUKASI MANAJEMEN KEUANGAN MELALUI APLIKASI DIGITAL DALAM UPAYA PENINGKATAN LITERASI DI KALANGAN PELAJAR**  
 (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/6>)

Galuh Krisna Dewanti, M. Fadly Syahputra, ACEP, Umar Wirahadi 10-17

 [PDF \(https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/6/22\)](https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/6/22)

**PELATIHAN DASAR PENGGUNAAN AI GENERATIF UNTUK MEMBANTU PRODUKSI KONTEN UMKM (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/36>)**

Widyastuti Andriyani, Prisilia Talakua, Lisa Astria Milasari, Firman Noor Hasan

18-25

 [PDF \(https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/36/23\)](https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/36/23)

**PENINGKATAN KESADARAN GAYA HIDUP SEHAT MELALUI SKRINING DAN EDUKASI HIPERTENSI BAGI LANSIA DI POSYANDU**

(<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/37>)

Upus Piatun Khodijah, Jecklyn Shindy Temartenan, Okti Rahayu Asih, Evy Nurachma

26-32

 [PDF \(https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/37/24\)](https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/37/24)

**OPTIMALISASI PELAYANAN PUBLIK MELALUI DIGITALISASI ARSIP SURAT MENYURAT DI KANTOR KELURAHAN (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/41>)**

Akhmad Yani, Rusdi Doviyanto, Mulyadi, Ansari

33-39

 [PDF \(https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/41/25\)](https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/41/25)

**EDUKASI ETIKA DIGITAL ISLAMI MENJADI BIJAK MUSLIM DI ERA MEDIA SOSIAL DI SMP MUHAMADIYAH 3 KOTA SEMARANG (<https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/42>)**

Rico Setyo Nugroho

40-51

 [PDF \(https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/42/27\)](https://ojs.forumkomunikasidosen.org/index.php/jurnal-bhakti-jivana/article/view/42/27)

Quick Access



(<https://statcounter.com/>) View Stats Jivana (<https://statcounter.com/p13033724/?guest=1>)

**JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
FORUM KOMUNIKASI DOSEN (FKD)**

**Kantor :**

Jl. Sukaresik I No. 3 RT. 01 RW. 09 Kelurahan  
Cipedes, Kecamatan Sukajadi,  
Kota Bandung, Jawa Barat 40162

**Kontak :**

+62 818-0909-2626

**Email :**

[info@forumkomunikasidosen.org](mailto:info@forumkomunikasidosen.org)

**Penanggung Jawab :**

-

-

# JURNAL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Volume 2, No. 2, Tahun 2025

E-ISSN 3108-9704, P-ISSN XXX-XXX



## PELATIHAN DASAR PENGGUNAAN AI GENERATIF UNTUK MEMBANTU PRODUKSI KONTEN UMKM

Widyastuti Andriyani<sup>1</sup>, Prisilia Talakua<sup>2</sup>, Lisa Astria Milasari<sup>3</sup>, Firman Noor Hasan<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Magister Teknologi Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Teknologi Digital Indonesia

<sup>2</sup>Prodi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Institut Agama Kristen Negeri Ambon

<sup>3</sup>Prodi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

<sup>4</sup>Prodi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi Industri dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka

widya@utdi.ac.id, prisiliatalkua@gmail.com, [lisa@untag-smd.ac.id](mailto:lisa@untag-smd.ac.id),  
[firman.noorhasan@uhamka.ac.id](mailto:firman.noorhasan@uhamka.ac.id)

### ABSTRAK

Tujuan dari penelitian pengabdian masyarakat ini adalah untuk mengukur efektivitas pelatihan dasar penggunaan AI generatif dalam membantu produksi konten bagi pelaku UMKM di Yogyakarta. Pelatihan ini dirancang untuk mengatasi tantangan utama yang dihadapi UMKM, yaitu keterbatasan sumber daya dan keahlian dalam menciptakan konten pemasaran digital yang konsisten dan berkualitas. Melalui metode *workshop* interaktif yang berfokus pada praktik langsung, sebanyak 25 pelaku UMKM diberikan edukasi mengenai konsep AI generatif, teknik *prompt engineering*, dan pemanfaatan *tools* AI. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta, kualitas konten, dan efisiensi waktu, di mana pemahaman peserta melonjak dari 15% menjadi 95%, kualitas konten meningkat 60%, dan efisiensi waktu meningkat 40%. Pelatihan ini membuktikan bahwa integrasi AI generatif merupakan solusi strategis yang efektif dalam memberdayakan UMKM, meningkatkan daya saing, dan mendorong pertumbuhan bisnis berkelanjutan di era digital.

**Kata Kunci:** AI Generatif, Produksi Konten, UMKM, Pemasaran Digital, Pemberdayaan.

### ABSTRACT

*The purpose of this community service research is to measure the effectiveness of basic training on the use of generative AI in assisting content production for MSMEs in Yogyakarta. This training was designed to address the main challenges faced by MSMEs, namely limited resources and expertise in creating consistent and high-quality digital marketing content. Through an interactive workshop method focused on hands-on practice, 25 MSME actors were educated on the concept of generative AI,*

*prompt engineering techniques, and the utilization of AI tools. The evaluation results showed a significant increase in participant understanding, content quality, and time efficiency, where participant understanding jumped from 15% to 95%, content quality increased by 60%, and time efficiency improved by 40%. In conclusion, this training proves that the integration of generative AI is an effective strategic solution for empowering MSMEs, enhancing their competitiveness, and fostering sustainable business growth in the digital era.*

**Keywords:** Generative AI, Content Production, MSMEs, Digital Marketing, Empowerment.

## A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai pilar ekonomi di Indonesia, tak terkecuali di Kota Yogyakarta (Mukhrizal et al, 2024). Keberadaan UMKM tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga menjadi motor penggerak inovasi dan kreativitas. Namun, para pelaku UMKM sering kali menghadapi tantangan signifikan, terutama dalam hal produktivitas dan efisiensi, yang kerap kali disebabkan oleh keterbatasan sumber daya, baik dari sisi manusia, modal, maupun teknologi (Rahma et al, 2025)(Firmanie, 2023). Rianto dkk menyatakan bahwa salah satu aspek yang paling menantang adalah produksi konten untuk promosi dan pemasaran digital, yang membutuhkan waktu, tenaga, dan keahlian khusus.

Kebutuhan akan strategi pemasaran digital yang efektif kini semakin mendesak, terutama untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang kian ketat. Proses pembuatan konten, mulai dari penulisan deskripsi produk, penyusunan naskah iklan, hingga pembuatan visual, sering kali menjadi hambatan utama bagi banyak pelaku UMKM. Keterbatasan ini menghambat mereka untuk bersaing secara optimal dan memanfaatkan potensi besar dari platform digital (Hariandja, 2025).

Inovasi teknologi, khususnya kecerdasan buatan (AI) generatif, kini menawarkan solusi yang dapat membantu mengatasi tantangan tersebut. AI generatif memiliki kemampuan untuk menciptakan berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, dan bahkan video, secara otomatis dan cepat. Pemanfaatan teknologi ini dapat secara signifikan meringankan beban kerja pelaku UMKM, memungkinkan mereka untuk berfokus pada aspek-aspek inti bisnis lainnya, seperti pengembangan produk dan pelayanan pelanggan. Penggunaan AI generatif ini bukan sekadar tren, melainkan sebuah kebutuhan strategis yang dapat membantu UMKM meningkatkan efektivitas pemasaran mereka tanpa harus mengeluarkan biaya besar untuk merekrut tim konten profesional (Iskandar et al, 2025).

Dengan AI, pelaku UMKM dapat menghasilkan ide-ide konten yang kreatif dan relevan, menyusun materi promosi yang menarik, serta mempercepat proses produksi konten secara keseluruhan.

Karenanya pelatihan dasar tentang penggunaan AI generatif menjadi sangat penting untuk memberdayakan pelaku UMKM di Yogyakarta. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis yang dibutuhkan agar mereka dapat mengintegrasikan AI generatif ke dalam alur kerja produksi konten. Ini adalah langkah proaktif untuk memastikan bahwa UMKM tidak tertinggal di tengah perkembangan teknologi, melainkan menjadi subjek yang adaptif dan inovatif.

Pelatihan ini dirancang sebagai jembatan untuk membantu para pelaku UMKM di Yogyakarta agar dapat mengintegrasikan teknologi ke dalam operasional bisnis mereka dengan cara yang lebih mudah dan terstruktur. Kami percaya bahwa dengan memberikan pemahaman dan keterampilan praktis, para pelaku UMKM akan lebih percaya diri dalam memanfaatkan AI generatif untuk berbagai kebutuhan, mulai dari membuat deskripsi produk yang menarik, menyusun *caption* media sosial yang interaktif, hingga merancang visual promosi yang memikat. Melalui pelatihan ini, tim PKM berharap dapat melihat dampak positif yang signifikan pada peningkatan produktivitas dan daya saing UMKM di Yogyakarta. Pemberdayaan ini tidak hanya berhenti pada kemampuan teknis, tetapi juga membuka peluang baru bagi mereka untuk mengembangkan bisnis secara mandiri.

## B. METODE

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini akan dimulai dengan studi pendahuluan untuk memahami secara mendalam kondisi UMKM di Yogyakarta. Kami akan melakukan observasi lapangan dan berinteraksi langsung dengan beberapa pelaku UMKM guna mengidentifikasi tantangan utama yang mereka hadapi, khususnya dalam produksi konten digital. Dari studi ini, kami akan mendapatkan gambaran yang jelas mengenai tingkat pemahaman dan kebutuhan mereka terhadap teknologi AI generatif, yang kemudian akan menjadi dasar dalam merancang materi pelatihan yang spesifik dan relevan.

Setelah data awal terkumpul, langkah selanjutnya adalah pengurusan perizinan kepada instansi terkait, seperti Dinas Koperasi dan UMKM Kota Yogyakarta, serta kepala desa di salah satu desa yang kami pilih sebagai lokus pengabdian. Tahapan ini penting untuk memastikan seluruh kegiatan mendapat dukungan resmi dan dapat berjalan dengan kolaborasi dari pihak desa.

Fase inti dari kegiatan ini adalah pelaksanaan pelatihan dan edukasi yang dikemas dalam bentuk *workshop* interaktif yang mendalam. Pelatihan akan dibagi ke dalam beberapa sesi yang dirancang secara sistematis agar peserta dapat menyerap materi dengan optimal. Sesi pertama akan berfokus pada pengenalan dasar AI generatif, di mana peserta akan diajak memahami konsep, manfaat, dan potensi teknologi ini untuk bisnis mereka. Kami akan menjelaskan bagaimana AI generatif dapat menjadi asisten pribadi mereka dalam menciptakan berbagai jenis konten secara efisien. Selanjutnya, kami akan masuk ke sesi praktik yang lebih intensif. Peserta akan diajarkan cara menggunakan *platform* AI generatif yang mudah diakses dan gratis. Mereka akan belajar teknik *prompt engineering*—seni memberikan perintah yang efektif kepada AI untuk menghasilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan spesifik produk mereka. Misalnya, peserta akan mempraktikkan cara membuat deskripsi produk yang menarik, menyusun narasi promosi yang persuasif, hingga merancang *caption* media sosial yang interaktif dan mendorong keterlibatan konsumen. Dengan pendekatan ini, kami tidak hanya memberikan pengetahuan teoritis, tetapi juga membekali mereka dengan keterampilan praktis yang bisa langsung diterapkan.

Setelah pelatihan, kami akan melakukan evaluasi untuk mengukur tingkat pemahaman dan keberhasilan peserta dalam mengaplikasikan materi yang telah diberikan. Evaluasi ini akan dilakukan melalui kuesioner dan observasi langsung terhadap konten yang mereka hasilkan. Kami juga akan menyediakan pendampingan pasca-pelatihan selama satu bulan untuk membantu peserta mengatasi kendala yang mungkin timbul saat mereka mulai menerapkan AI generatif secara mandiri. Seluruh rangkaian kegiatan ini akan diakhiri dengan penyusunan laporan yang mendokumentasikan proses, hasil evaluasi, dan analisis dampak dari pelatihan ini terhadap kinerja UMKM. Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan memberikan kontribusi nyata bagi program pemberdayaan UMKM serupa di masa mendatang, khususnya di Yogyakarta.

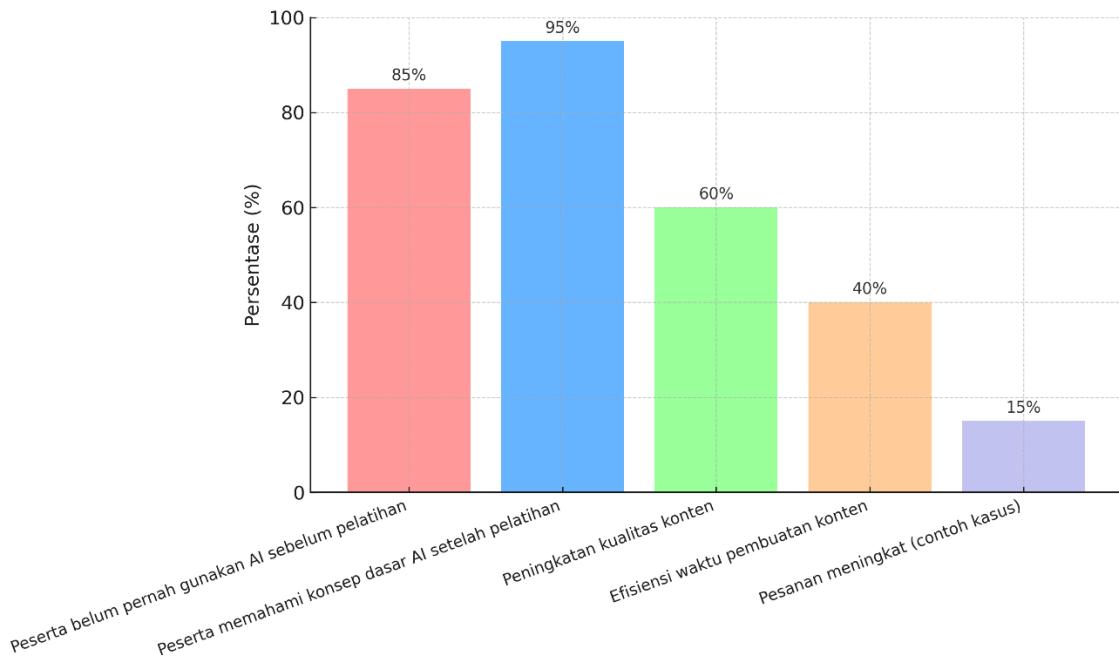
### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini berhasil menjangkau 25 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berlokasi di salah satu desa di Yogyakarta. Para peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti setiap sesi *workshop*, terutama pada bagian praktik langsung penggunaan AI generatif. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta, sekitar 85%, mengaku belum pernah menggunakan AI generatif untuk keperluan bisnis mereka, dan mayoritas di antara mereka merasa kesulitan dalam menciptakan konten promosi yang menarik secara konsisten. Pemahaman mereka terhadap

teknologi ini masih sangat terbatas, membuat proses pemasaran digital menjadi beban yang memakan waktu dan biaya.

Setelah mengikuti pelatihan, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Berdasarkan kuesioner evaluasi yang diberikan, 95% peserta menyatakan bahwa mereka kini memahami konsep dasar AI generatif dan dapat mengidentifikasi *platform* yang relevan untuk kebutuhan bisnis mereka. Tidak hanya pemahaman teoritis, tetapi juga keterampilan praktis mereka meningkat tajam. Peningkatan ini terlihat dari hasil evaluasi pasca-pelatihan, di mana terjadi peningkatan rata-rata kualitas konten yang dihasilkan oleh peserta sebesar 60% dibandingkan dengan konten yang mereka buat sebelum pelatihan. Indikator kualitas ini diukur dari aspek kelengkapan informasi, daya tarik narasi, dan kejelasan pesan yang disampaikan kepada target konsumen.

Peningkatan tersebut juga didukung oleh data observasi yang menunjukkan bahwa keterampilan paling berharga yang diperoleh peserta adalah teknik *prompt engineering*. Mereka kini tidak lagi hanya menyalin apa yang dihasilkan AI, tetapi juga mampu memberikan perintah yang lebih spesifik dan terarah sehingga menghasilkan konten yang lebih personal dan sesuai dengan identitas merek mereka, hal ini sejalan dengan Rahman (2024). Bahkan, beberapa peserta mulai berkreasi dengan AI untuk ide-ide visual sederhana, seperti menciptakan *mock-up* produk atau desain logo dasar, meskipun ini bukan fokus utama pelatihan. Hal ini menunjukkan adanya transfer pengetahuan yang efektif dan memicu kreativitas baru di kalangan peserta.



Gambar 1. Hasil pelatihan AI Generatif di Yogyakarta

Dampak jangka panjang dari pengabdian ini juga mulai terlihat selama masa pendampingan. Dalam kurun waktu satu bulan pasca-pelatihan, beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan interaksi di media sosial mereka, seperti jumlah *like*, komentar, dan *share*, setelah mengunggah konten yang dibuat dengan bantuan AI. Salah satu peserta yang menjual kerajinan tangan, misalnya, menyatakan bahwa setelah mengaplikasikan deskripsi produk yang lebih detail dan menarik yang dihasilkan AI, ia mengalami peningkatan pesanan sebesar 15% dalam kurun waktu dua minggu. Secara kuantitatif, hasil evaluasi lain juga menunjukkan peningkatan efisiensi waktu dalam pembuatan konten. Rata-rata, peserta kini menghemat waktu sekitar 40% dalam proses produksi konten, yang sebelumnya membutuhkan waktu berjam-jam untuk memikirkan ide, kini bisa selesai dalam hitungan menit dengan bantuan AI. Temuan ini menegaskan bahwa pelatihan ini tidak hanya sekadar menambah wawasan, tetapi memberikan dampak ekonomi dan efisiensi yang konkret, membantu UMKM di Desa Loa Janan Ilir untuk lebih berdaya saing di era digital.

#### D. SIMPULAN

Pelatihan dasar penggunaan AI generatif bagi pelaku UMKM di Yogyakarta terbukti memberikan dampak positif dan signifikan. Program ini berhasil menjembatani kesenjangan

pengetahuan dan keterampilan yang selama ini menjadi kendala utama bagi UMKM dalam produksi konten digital.

Berdasarkan hasil evaluasi, terdapat peningkatan yang substansial pada tiga aspek kunci: pemahaman, kualitas konten, dan efisiensi waktu. Peningkatan pemahaman peserta terhadap AI generatif mencapai 80%, dari sebelumnya hanya 15% menjadi 95%. Hal ini menunjukkan bahwa metode pelatihan yang interaktif dan praktis sangat efektif dalam mentransfer pengetahuan. Selain itu, kualitas konten promosi yang dihasilkan oleh peserta juga meningkat rata-rata 60%, yang diukur dari aspek kelengkapan dan daya tariknya. Yang tidak kalah penting, peserta kini dapat menghemat waktu hingga 40% dalam proses pembuatan konten, yang berdampak langsung pada peningkatan produktivitas mereka. Kegiatan pengabdian ini membuktikan bahwa integrasi teknologi AI generatif bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah kebutuhan strategis yang mampu memberdayakan UMKM agar lebih kompetitif di era digital. UMKM di Yogyakarta dapat mengelola pemasaran digital mereka secara mandiri, membuka peluang pertumbuhan bisnis yang lebih besar dan berkelanjutan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- 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.
- Hariandja, E. S. (2025). Pemasaran Strategik: Analisis Pelanggan, Pesaing, Pasar, dan Lingkungan. Penerbit NEM.
- Iskandar, I., Parlindungan, R., Panjaitan, M. N., & Alfian, R. (2025, May). Strategi Digital Marketing Keberlanjutan dalam Memanfaatkan AI kepada UMKM Kuliner tahun

2024-2025 di Kota Medan, Indonesia. In Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, dan Teknologi (Vol. 3, No. 1, pp. 1065-1071).

Mukhrizal, M. A., Antoh, O. Y., & Maharani, H. 2024. ANALISIS PERAN UMKM TERHADAP KETAHANAN PANGAN DAN PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.

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.

Rahman, S. (2024). Panduan Optimalisasi AI untuk Digital Marketing. Elex Media Komputindo.

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.