

Penguatan SDM Berkarakter Komunitas dan Literasi Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan AI dan Sosial Media dalam Mendukung Upaya UMKM Jawa Barat Naik Kelas

Strengthening Human Resources with Community Character and Digital Marketing Literacy through the Utilization of AI and Social Media to Support West Java MSMEs' Efforts to Upgrade

Nina Nurani, Nurul Hermina, Anton Budi Santoso*, Sari Dewi Oktari, Vina Silviani Marinda

Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Widyatama

*Email: anton.budi@widyatama.ac.id

(Diterima 22-08-2025; Disetujui 25-09-2025)

ABSTRAK

UMKM memiliki peranan yang sangat penting bagi kemajuan perekonomian suatu negara. Bahkan, seringkali pula UMKM dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian suatu negara karena perannya yang tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mampu menyejahterakan kehidupan masyarakat secara luas. Meskipun begitu, pelaku UMKM seringkali dihadapkan pada berbagai permasalahan selama menjalani proses bisnisnya yang dapat menghambat perkembangan bisnisnya, serta ketidakmampuannya untuk dapat bersaing. Adapun salah satu kendala yang dapat menjadi penghambat pelaku UMKM sulit untuk mengembangkan bisnisnya adalah ketidaksiapan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi, termasuk dalam hal pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), serta masih minimnya kapasitas untuk berinovasi dalam penggunaan digitalisasi. Padahal, pemanfaatan AI dapat mendukung keberlanjutan bisnis yang dijalankan oleh para pelaku UMKM tersebut, terutama dalam hal memasarkan produk/jasa yang ditawarkannya. Oleh sebab itu, dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut, maka perlu diadakannya kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang diberikan dalam bentuk program pelatihan dan penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman yang terkait dengan literasi pemasaran digital melalui pemanfaatan AI dan sosial media dalam mendukung upaya UMKM Jawa Barat naik kelas. Kegiatan PkM ini diadakan pada hari Kamis, tgl. 22 Mei 2025 yang bertempat di Gedung F Lt. 2 Kampus Universitas Widyatama, Jl. Cikutra No. 204A, Bandung. Peserta yang mengikuti acara PkM ini merupakan para pelaku UMKM Jawa Barat yang berjumlah sebanyak 25 orang. Untuk materi yang disampaikan oleh para narasumber difokuskan pada pembahasan mengenai penguatan karakter SDM komunitas yang berdampak pada peningkatan keterampilan dan kreativitas inovasi digital, serta pemahaman terkait literasi pemasaran digital melalui pemanfaatan AI dan sosial media dalam mendukung upaya UMKM Jawa Barat naik kelas. Sementara itu, untuk materi yang disampaikan oleh pembicara mencakup penjelasan (pemaparan) materi dan simulasi singkat penggunaan teknologi digital AI, serta diskusi dan tanya jawab secara pribadi dengan peserta.

Kata kunci: Karakter SDM, Kompetensi, *Digital Marketing*

ABSTRACT

MSMEs play a crucial role in a country's economic progress. In fact, MSMEs are often referred to as the backbone of a country's economy, as they not only drive economic growth but also contribute to the well-being of the wider community. However, MSMEs often face various challenges during their business processes, which can hinder their development and prevent them from competing. One of the obstacles that hinders MSMEs from developing their businesses is their inability to adapt quickly to technological advances, including the use of Artificial Intelligence (AI), and their limited capacity to innovate through digitalization. However, the use of AI can support the sustainability of MSME businesses, particularly in marketing their products and services. Therefore, to address these challenges, Community Service (PkM) activities, provided in the form of training and outreach programs, are necessary to increase knowledge and understanding of digital marketing literacy through the use of AI and social media to support the advancement of MSMEs in West Java. This PkM activity was held on Thursday, May 22, 2025, at Building F, 2nd Floor, Widyatama University Campus, Jl. Cikutra No. 204A, Bandung. Participants who attended this PkM event were 25 West Java MSME actors. The material presented by the speakers focused on discussions regarding strengthening the character of community human resources which has an impact on increasing digital innovation skills and creativity, as well as understanding related to digital marketing literacy through the use of AI and social media in supporting the efforts of West Java MSMEs to move up a class. Meanwhile, the material presented by the

speakers included an explanation (presentation) of the material and a short simulation of the use of AI digital technology, as well as discussions and questions and answers privately with participants.

Keywords: HR Character, Competence, Digital Marketing

PENDAHULUAN

UMKM berkontribusi signifikan terhadap PDB nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja, menjadikannya fondasi penting perekonomian Indonesia, terutama dalam menghadapi pasar yang kompetitif (Amira, B., & Nasution, M. I. P., 2023). Keberhasilan UMKM dalam menghadapi pasar yang kompetitif ditentukan oleh kemampuan berinovasi, terutama di bidang teknologi (Afdal, Z., Siwi, M. K., & Kurniawati, T. (2021, November), termasuk kemampuan untuk mengadopsi solusi digital (Santoso, S., & Jati, N. C. K. R. (2020).

Pemerintah mempercepat transformasi UMKM melalui digitalisasi dengan menerbitkan berbagai kebijakan pengembangan usaha. Namun, dalam menjalankan proses bisnisnya seringkali UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, semisal terbatasnya fasilitas akses pemasaran yang memadai (Agarwal, V., Mathiyazhagan, K., Malhotra, S., & Pimpunchat, B. (2023). Dukungan pemerintah terhadap UMKM penting karena UMKM berperan dalam menggerakkan perekonomian nasional sebagai penyedia produk dan jasa yang tidak efisien diproduksi oleh usaha besar (Aulia, M. R. (2020). Oleh karena itu, tuntutan inovasi dan memasarkan produknya ke pasar internasional (Hamdan, H. (2021) melalui pemanfaatan penguasaan teknologi AI, terutama di era Industri 5.0, menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing (Afdal, Z., Siwi, M. K., & Kurniawati, T., 2021, November; Hamdan, H. (2021), sehingga mengakselerasi UMKM naik kelas.

Salah satu pemanfaatan teknologi yang semakin mendapatkan perhatian UMKM adalah *Artificial Intelligence* (AI). AI dapat meningkatkan efisiensi operasional dan kinerja bisnis UMKM sehari-hari, terutama dalam efektivitas pemasaran (Verdiana, Y. Q., Fachir, Z. A., & A'dhom, M. G. (2023). Pemanfaatan aplikasi berbasis AI dapat disesuaikan dengan kebutuhan (Arisanti, I., Rasmita, R., Kasim, M., Mardikawati, B., & Murthada, M. (2024) UMKM dengan meningkatkan daya tahan bisnis berkelanjutan dan kapasitas yang lebih produktif, inovatif dan kreatif sesuai pesatnya perkembangan teknologi. Literasi pemasaran AI mendukung personalisasi digital UMKM, namun kompetensi yang dibutuhkan menjadi tantangan untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja UMKM.

Wawancara dengan beberapa UMKM Jawa Barat dan pengurus KADIN mengungkapkan kendala pemanfaatan AI dalam literasi pemasaran dan media sosial untuk mendukung UMKM naik kelas. Kendala utama transformasi digital AI bagi UMKM adalah masalah teknologi (Matt, D. T., & Rauch, E., 2020). Hambatan krusial meliputi kurangnya keterampilan dan pengetahuan digital, serta resistensi terhadap perubahan (Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P., 2018). Hambatan tersebut ditemukan pada sebagian pelaku UMKM Jawa Barat. Kurangnya keterampilan dan pengetahuan AI menghambat operasional bisnis karena keterbatasan pemahaman manfaat AI dan media sosial dalam pemasaran digital.

Penguasaan teknologi AI akan berdampak positif pada keberlangsungan operasional pengelolaan bisnis UMKM yang menjadi semakin efektif (Bello Manjarrez, D., 2020; Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B., 2019). Menurut hasil wawancara dengan sebagian pelaku UMKM Jawa barat dan pengurus KADIN menyatakan bahwa UMKM Jawa Barat kurang memiliki kesiapan untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Oleh karena itu, diperlukan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya pemanfaatan AI dan media sosial yang ditampilkan melalui literasi digital marketing untuk berinovasi dan beradaptasi dengan kondisi pasar yang terus berubah (Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K., 2022). Akselerasi digitalisasi merupakan kunci upaya percepatan pemulihan dan peningkatan daya saing ekonomi nasional, termasuk dalam meningkatkan produktivitas dan kinerja UMKM sebagai upaya naik kelas.

Presiden Joko Widodo menargetkan 30 juta pelaku UMKM Go-Digital pada 2024. Saat ini, baru 24% UMKM yang memanfaatkan teknologi digital, padahal laporan Google, Temasek, dan Bain (2022) memprediksi potensi pertumbuhan ekonomi digital Indonesia mencapai USD 124 miliar pada 2025 (Limanseto, H., 2022). Meskipun demikian, implementasi literasi digital, terutama pemanfaatan teknologi AI, masih menghadapi beberapa kendala seperti yang telah diuraikan. Pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia belum merata karena adanya kesenjangan akses, sumber

daya manusia, dan pemanfaatan digital (INDEF, 2022). Penyebabnya adalah tingkat adopsi digital oleh perusahaan, terutama UMKM yang masih rendah, yaitu hanya sebesar 13% dari 65 juta pelaku UMKM yang sudah memanfaatkan teknologi digital. Demikian halnya di Jawa barat, di mana Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Provinsi Jawa Barat (2022) telah menargetkan 4.000 UMKM untuk masuk ke dalam ekosistem digital, namun hingga tahun 2021 hanya tercapai 3500 UMKM.

Memanfaatkan potensi ekonomi digital Indonesia dengan populasi terbesar ke-4 dan penetrasi internet yang mencapai 196,7 juta orang, dukungan, kerjasama, dan kolaborasi melalui penguatan SDM berkarakter, komunitas, serta literasi pemasaran digital berbasis AI dan media sosial sangat krusial dan strategis untuk mendorong UMKM Jawa Barat naik kelas. Menurut Neneh, N. B. (2012), UMKM dapat naik kelas dengan memperkuat usaha melalui terobosan peluang usaha baru yang kreatif dan inovatif. Pemanfaatan AI dan media sosial untuk menciptakan karya cipta digital, didukung oleh SDM berkarakter komunitas, menjadi tuntutan dan tantangan bagi UMKM untuk mencapai peningkatan tersebut.

Sani, A., & Wiliani, N. (2019) menyatakan bahwa kurangnya pengetahuan dan keterampilan teknologi menjadi hambatan utama bagi pelaku UMKM dalam mengadopsi AI. Dengan demikian, UMKM memerlukan pelatihan dan dukungan teknis yang lebih baik untuk mengoptimalkan pemanfaatan AI agar dapat berkembang (F. Maria, R. Hariroh, Z. Z. Hidayah, P. Purnamasari, and P. Hari., 2024). Keterbatasan SDM UMKM dan rendahnya literasi teknologi pemasaran digital menghambat pemanfaatan AI dalam manajemen bisnis. Program edukasi diperlukan untuk meningkatkan pemanfaatan AI agar UMKM dapat berkembang.

BAHAN DAN METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini, yaitu berupa penjelasan (pemaparan) yang diikuti dengan simulasi singkat penggunaan teknologi digital AI, serta diskusi dan tanya jawab secara tatap muka. Pelaksanaan kegiatan PkM ini menargetkan agar para pelaku UMKM Jawa Barat dapat memiliki kompetensi yang berupa pengetahuan dan manajerial pentingnya penguatan SDM berkarakter komunitas dalam memanfaatkan teknologi digital AI, serta peningkatan keterampilan menggunakan teknologi digital AI. Dengan begitu, penjelasan materi yang disampaikan oleh para pembicara diarahkan pada topik mengenai arti pentingnya penguatan SDM berkarakter komunitas untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi digital AI, serta pentingnya literasi pemasaran digital melalui pemanfaatan AI dan sosial media dan pentingnya keterampilan menggunakan teknologi digital AI dalam dan sosial media melaksanakan aktivitas pemasaran guna mendukung UMKM naik kelas. Di samping itu, guna memberikan penjelasan yang dapat dipahami dengan mudah oleh para pelaku UMKM pada kegiatan PkM ini, maka penyampaian materi pun didukung pula oleh tampilan visual berupa *power point slide* yang disertai dengan simulasi penggunaan digital AI dalam aktivitas operasional bisnis. Selain memperhatikan uraian pembicara, para peserta pun diberikan kesempatan untuk berperan aktif dalam berdiskusi dan tanya jawab dan simulasi, serta berbagi pengalaman dengan peserta lainnya. Kemudian, pembicara pun dalam penyampaian materinya selalu berupaya menggali informasi terkait dengan kendala UMKM Jawa barat dalam membangun SDM berkarakter komunitas sebagai upaya melaksanakan strategi yang baik dalam berwirausaha guna menjadikan UMKM mampu melaksanakan bisnis berkelanjutan dalam menghadapi tranformasi digital sebagai strategi bisnis berkelanjutan dan guna mendukung UMKM naik kelas.

Secara sistematis kerangka pemecahan masalah yang dilakukan pada acara PkM ini dijelaskan sebagai berikut: 1) Penentuan permasalahan pada pelaku UMKM Jawa Barat yang berkaitan dengan pentingnya membangun karakter SDM berkomunitas untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi digital AI, serta pentingnya literasi pemasaran digital melalui pemanfaatan AI dan sosial media dan keterampilan menggunakan teknologi digital AI dalam dan sosial media melaksanakan aktivitas pemasaran guna mendukung UMKM naik kelas; 2) Tahapan pelaksanaan kegiatan yang dijadikan sebagai solusi yang ditawarkan untuk menjawab berbagai permasalahan yang dihadapinya tersebut yang dijelaskan sebagai berikut: a) Pertemuan dengan perwakilan Kadin Kota Bandung dan Jawa Barat guna mengumpulkan data calon peserta PkM; b) Sosialisasi kegiatan kepada para pelaku UMKM Jawa Barat melalui kerjasama dengan Tim Kadin Kota Bandung dan Jawa Barat; c) Tim pelaksana PkM bekerja sama Menyusun rencana kegiatan; d) Tim pelaksana PkM Menyusun materi; e) Tim pelaksana PkM Menyusun jadwal kegiatan dan

mempersiapkan keperluan kegiatan PkM; f) Tim pelaksana PkM melaksanakan kegiatan PkM sesuai dengan rencana dan jadwal yang telah disusun.

Pelaksanaan kegiatan PkM ini dilakukan pada hari Rabu, tgl. 26 Februari 2025 yang bertempat di Gedung Theater Lt. 6 Gedung B di Kampus Universitas Widyatama, Jl. Cikutra No. 204A, Bandung. Adapun peserta yang mengikuti acara PkM ini merupakan para pelaku UMKM Jawa Barat yang berjumlah sebanyak 25 orang yang terdiri atas 20 orang berasal dari UMKM Jawa Barat sebagai pelaku usaha di Indonesia dan 5 orang pelaku usaha Global) dengan usahanya yang bergerak di berbagai bidang usaha, seperti kuliner, fashion, handycraft, event organizer, dan perdagangan.

Evaluasi pelaksanaan program diukur melalui peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait pentingnya penguatan SDM berkarakter komunitas untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi digital AI, serta meningkatkan keterampilan menggunakan teknologi digital AI. Selain itu, diakhir acara dilakukan survei kepuasan mitra dengan memberikan kuesioner pertanyaan-pertanyaan seputar materi dan pelatihan yang diberikan. Melalui kegiatan tersebut diharapkan ada peningkatan keterampilan dan kompetensi bagi para pelaku UMKM dalam memasarkan produk-produknya, terutama dalam hal pemanfaatan teknologi AI guna menjaga keberlanjutan bisnis yang dijalankan, serta mendukung UMKM naik kelas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari Kamis, tgl. 22 Mei 2025 telah dilaksanakan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang bertemakan tentang “Penguatan SDM Berkarakter Komunitas dan Literasi Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan AI dan Sosial Media dalam Mendukung Upaya UMKM Jawa Barat Naik Kelas” yang bertempat di Gedung F Lt. 2 Kampus Universitas Widyatama, Jl. Cikutra No. 204A, Bandung. Kegiatan PkM ini diberikan dalam bentuk pelatihan dan penyuluhan yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para pelaku UMKM Jawa Barat terkait dengan arti pentingnya penguatan SDM berkarakter komunitas yang berperan dalam peningkatan keterampilan dan kreatifitas dalam memanfaatkan teknologi digital AI, serta peningkatan pengetahuan dan pemahaman terkait dengan literasi pemasaran digital melalui pemanfaatan AI dan sosial media dalam mendukung upaya UMKM Jawa Barat naik kelas.

Pelaksanaan dari Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini diketuai oleh Ibu Dr. Nina Nurani, S.H., M.Si., CPHCM yang didampingi oleh beberapa orang dosen lainnya yang menjadi anggota pelaksana yang terdiri atas: Dr. Nurul Hermina, S.E., M.M., Dr. Anton Budi Santoso, S.AB., M.M., Hj. Sari Dewi Oktari, S.E., M.M., dan Vina Silviani Marinda, S.E., M.M. Sementara itu, peserta yang mengikuti acara PkM ini merupakan para pelaku UMKM Jawa Barat yang berjumlah sebanyak 25 orang dengan bidang usaha dari berbagai bidang, seperti handicraft, kuliner, jasa perdagangan, dan fashion. Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang diadakan ini merupakan kolaborasi antara Kadin Kota Bandung dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB), serta Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Widyatama.

Materi yang disampaikan oleh tim anggota pelaksana difokuskan pada bagaimana cara mengoptimasikan penggunaan teknologi digital berupa *Artificial Intelligence* (AI) bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam melaksanakan aktivitas pengelolaan operasional bisnisnya yang berdampak pada keberlanjutan usaha yang sedang dijalaninya. Di samping itu, pemberian materi yang disampainya pun menekankan pula pada pentingnya membangun SDM berkarakter komunitas guna meningkatkan keterampilan dan kreativitas inovasi digital yang sudah semestinya dimiliki oleh para pelaku UMKM di Jawa Barat. Berharap dengan diadakannya kegiatan pelatihan dan penyuluhan ini, maka peserta yang mengikutinya dapat memiliki kompetensi yang semakin lebih baik, terutama dalam hal peningkatan pengetahuan dan pemahaman yang terkait dengan pentingnya membangun karakter SDM berbasis komunitas dalam memanfaatkan penggunaan teknologi digital AI dalam bisnis yang berkelanjutan guna mendukung SDG's. Selain itu, pelaksanaan kegiatan pelatihan dan penyuluhan ini pun diharapkan dapat meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam menerapkan teknologi digital pada aktivitas pengelolaan operasional bisnisnya sehari-hari.

Rangkaian acara atau kegiatan PkM ini diawali dengan pemberian sambutan yang disampaikan oleh Ibu Dr. Nina Nurani, S.H., M.Si., Cphcm yang bertindak selaku Ketua Pelaksana PkM, sekaligus Ketua Cluster PkM dari Prodi S1 Manajemen Universitas Widyatama, yang menyampaikan maksud dan tujuan diadakannya kegiatan PkM ini. Dalam sambutannya, beliau pun menjelaskan bahwa

pelaksanaan kegiatan PkM ini merupakan agenda rutin yang ditujukan untuk mengembangkan usaha para pelaku UMKM Jawa Barat agar semakin maju dan naik kelas, serta berdaya saing global. Di samping itu, disampaikan pula bahwa acara PkM ini pun merupakan implementasi dari pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pada kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM).



Gambar 1. Pemaparan Materi PkM

Selanjutnya, acara pun dilanjutkan dengan sambutan dari Ibu Dr. Yenny Maya Dora, S.T., M.M. yang bertindak sebagai Ketua Panitia PkM, di samping beliau pun menjabat sebagai Ketua Cluster PkM Pascasarjana Universitas Widyatama. Dalam sambutannya, disampaikan oleh beliau bahwa pelaksanaan kegiatan PkM ini merupakan hasil kolaborasi antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) dan Program Studi Magister Manajemen (MM) Universitas Widyatama dengan Kadin Kota Bandung yang telah berlangsung selama kurang lebih tiga tahun dan telah menjangkau sebanyak 100 orang pelaku UMKM, khususnya di Provinsi Jawa Barat. Beliau berharap bahwa bekal pengetahuan yang nantinya diperoleh dari pelaksanaan kegiatan PkM ini dapat diimplementasikan pada usaha yang dimiliki oleh masing-masing pelaku UMKM, sehingga usaha yang dijalankannya pun dapat semakin meningkat kualitasnya dan bersiap naik kelas pada kegiatan-kegiatan yang akan datang.

Pemateri utama yang menjadi pembicara pada kegiatan PkM ini diawali oleh Bpk. Dr. Anton Budi Santoso, S.AB., M.M. yang menyampaikan materi dengan topik “Penguatan Karakter SDM UMKM”. Dalam penyampaian materinya dijelaskan mengenai definisi penguatan karakter SDM berbasis komunitas yang merupakan pendekatan strategis untuk membentuk sumber daya manusia (SDM) yang unggul, tidak hanya dalam keterampilan teknis, tetapi juga dalam nilai-nilai moral, etika, dan sosial. Selain itu, dalam pemaparan materinya dijelaskan pula mengenai tujuan dari penguatan karakter SDM yang terdiri atas: 1) Meningkatkan daya saing UMKM melalui integritas, etos kerja, dan inovasi; 2) Membangun jejaring usaha berbasis nilai kekeluargaan dan kolaborasi; 3) Menumbuhkan ekosistem bisnis lokal yang sehat, beretika, dan berkelanjutan; dan 4) Mempersiapkan pelaku UMKM untuk menghadapi dinamika pasar dan teknologi secara tangguh dan adaptif. Disebutkan pula mengenai beberapa nilai karakter utama, beserta dengan contoh deskripsi dan relevansinya, yang semestinya dimiliki oleh seorang pelaku UMKM guna meningkatkan kompetensi dalam berwirausaha dan mengembangkan daya saing usahanya, seperti integritas (jujur dalam pelayanan dan transaksi, membangun kepercayaan pelanggan), tanggung jawab (bertanggung jawab pada kualitas, produk dan pelayanan), kerja keras (tekun dan konsisten dalam menjalankan usaha), kreativitas dan inovasi (adaptif terhadap tren pasar, digitalisasi, dan kebutuhan pelanggan), kolaborasi/ gotong royong (saling bantu antar UMKM untuk promosi silang, bahan baku, dan distribusi), serta disiplin dan profesionalisme (menepati janji, waktu, dan kualitas layanan).



Gambar 2. Tanya Jawab Peserta

Kemudian, pemateri lainnya yang menjadi pembicara pada kegiatan Pk Mini disampaikan oleh Ibu Dr. Yenny Maya Dora, S.T., M.M, dengan materi yang disampaikan bertemakan tentang “Strategi Pemasaran”. Dalam pemaparan materinya dijelaskan mengenai beberapa strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM guna memasarkan produk atau jasanya, di antaranya: 1) Penentuan harga jual; 2) Penetapan segmentasi konsumen; 3) Pemilihan jalur penjualan; dan 4) Mempromosikan produk/ jasa. Selain itu, dipaparkan pula materi mengenai tahapan untuk memastikan bahwa produk/jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM merupakan produk/jasa yang dibutuhkan oleh konsumen dengan langkah-langkahnya berupa: 1) Pengembangan Ide; 2) Riset dan Pengujian; 3) Promosi Produk/Jasa; 4) Penjualan Produk/Jasa. Bauran pemasaran yang menjadi salah satu strategi dalam memasarkan produk/jasa dijelaskan pula dalam pemaparan materinya yang dikenal dengan konsep 4P yang terdiri atas: 1) *Product* (produk/jasa yang ditawarkan ke calon konsumen); 2) *Price* (harga yang ditentukan untuk produk/jasa yang ditawarkan); 3) *Place* (lokasi atau tempat yang ditentukan agar konsumen dapat membeli produk/jasa yang ditawarkan); 4) *Promotion* (cara yang dilakukan untuk mengenali produk/jasa yang ditawarkan guna menarik minat konsumen untuk membelinya, termasuk menentukan media sebagai tempat berpromosi).

Salah satu pemateri utama yang menjadi pembicara pada kegiatan PkM ini adalah Bpk. R. Mochamad Daud Rizky F, S. Kom yang menyampaikan materi dengan topik “Pemasaran Digital melalui Pemanfaatan Chatbot AI”. Chatbot itu sendiri merupakan sebuah program komputer berbasis kecerdasan buatan (AI) yang dirancang dengan tujuan guna memberikan informasi tepat guna yang berdampak pada peningkatan kualitas layanan. Pada dasarnya, Chatbot dapat berfungsi sebagai sisten virtual yang mampu membantu menjawab pertanyaan, mencarikan informasi, ataupun melakukan tugas tertentu secara otomatis. Dalam penyampaian materinya dijelaskan mengenai beberapa alasan pelaku UMKM yang dapat memanfaatkan aplikasi Chatbot dalam mengembangkan dan meningkatkan daya saing usahanya, di antaranya: 1) Aplikasi Chatbot merupakan alat marketing yang paling baru; 2) Aplikasi Chatbot memiliki jangkauan digital bisnis yang semakin luas; 3) Aplikasi Chatbot memiliki biaya yang relatif lebih murah daripada mengaji karyawan. Kemudian, dalam memaparkan materinya dijelaskan pula langkah-langkah pembuatan Chatbot Whatsapp Responder melalui smartphone yang terdiri atas: 1) Pembuatan shortlink Whatsaap melalui <https://create.wa.link/>; 2) Mendownload aplikasi Autoresponder untuk WA melalui google playstore; 3) Menjalankan aplikasi “Autoresponder for WA” yang sudah di-install yang kemudian men-tap tombol plus (+) di panel utamanya; 3) Muncul panel Rule yang kemudian dapat ditentukan frase yang akan dijawab secara otomatis oleh Bot. Pada tahapan ini pengguna dapat membuat Penjawa Otomatis untuk pesan yang masuk; 4) Opsi receiver untuk sementara memilih individuals walaupun dapat mengaktifkan pula untuk grup, tetapi jika pengguna tergabung ke dalam banyak grup, maka fitur ini tidak direkomendasikan; 5) Mengulangi langkah pertama untuk membuat rule yang baru; 6) Pembuatan rule agar Whatsapp hanya menjawab pertanyaan atau pesan tertentu yang memiliki teks yang sama; 8) Hasil akhir dari kedua rule yang telah dibuatkan dalam Whatsapp Responder cukup mudah dan dapat dijadikan sebagai solusi bagi pelaku UMKM yang masih menggunakan Whatsapp.

Beberapa contoh jawaban cepat yang dapat dibuatkan, di antaranya seperti apa bagusnya produk ini?; barang yang ready stock apa saja?; bagaimana cara saya membeli?; apakah ada garansi pembelian?; dan lainnya.



Gambar 3. Peserta PkM

Pemateri lainnya yang menyampaikan materi PkM disampaikan oleh Yogi Gustaman, S.T yang menjelaskan materi dengan topik “Digital Marketing”. Pemateri merupakan seorang praktisi Digital Marketing yang telah berpengalaman selama 8 (delapan) tahun dan menjabat sebagai Chief Executive Officer di Mi Studio, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Konsultan Branding and Digital Marketing. Selama menduduki jabatan tersebut pemateri telah menangani lebih dari 80 brand dari berbagai industri, seperti fashion, FnB, sosial, politik dan lainnya. Dalam pemaparan materinya dijelaskan mengenai beberapa macam bisnis berbasis digital, serta keuntungan apa saja yang didapatkan oleh pelaku usaha dari praktek digital marketing. Terkait dengan pembahasan strategi digital marketing pemateri membedakannya menjadi dua macam bentuk, di antaranya adalah: 1) *Outbound marketing*, yaitu strategi pemasaran di mana perusahaan secara aktif mencari dan menjangkau calon pelanggan melalui berbagai saluran, seperti iklan televisi atau radio, iklan *banner* di *website* atau media sosial, email marketing, telemarketing atau panggilan dingin, serta pemasaran langsung; 2) *Inbound marketing* dengan aktivitasnya yang terbagi ke dalam beberapa tahap, di antaranya: 1) Fase *Attract*, dengan membuat Lead Magnet (Umpan), Konten dan Artikel; 2) Fase *Convert*, dengan mengarahkan para visitor untuk mengisi form yang isinya disesuaikan berdasarkan data yang diperlukan, dan mengarahkan para visitor chat ke wa perusahaan agar terjadi interaksi; 3) Fase *Close*, di mana pada fase ini prospek (data yang terinput di form, masuk ke wa atau wa grup) di-broadcast atau diberikan informasi seputar janji/umpan yang diberikan; 4) Fase *Delight*, di mana pada fase ini *customer* dibahagiakan melalui pemberian informasi lebih dari janji yang perusahaan berikan.

Pelaksanaan dari kegiatan pelatihan dan penyuluhan pada acara PkM ini ditutup dengan sesi tanya jawab dan diskusi terbuka dengan para pelaku UMKM yang menjadi pesertanya. Salah satu pertanyaan yang diajukan oleh peserta di antaranya terkait dengan strategi penguatan karakter SDM agar para pelaku UMKM dapat memiliki mental usaha yang kuat dan tidak mudah berputus asa di kala menemui kesulitan dalam menjalankan usaha atau bisnisnya. Selain itu, peserta pun menanyakan pula mengenai penerapan dari penggunaan teknologi digital AI, terutama dalam hal cara-cara pengelolaan kegiatan operasional perusahaan agar usaha yang dijalani oleh para pelaku UMKM dapat berjalan secara lebih efektif, produktif, dan berdaya saing.

Beberapa pertanyaan yang disampaikan oleh para peserta menunjukkan adanya rasa antusias yang tinggi dari peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan dan penyuluhan pada acara PkM ini. Dengan begitu, berharap acara PkM ini dapat memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi para peserta, terutama dalam hal pemahaman mengenai pentingnya membangun SDM berkarakter komunitas dengan memanfaatkan teknologi digital AI dan sosial media dalam bisnis mendukung upaya UMKM Jawa Barat naik kelas.

Dengan mengacu pada hasil profiling, diketahui bahwa peserta yang mengikuti kegiatan PkM ini didominasi oleh pelaku UMKM Jawa Barat yang berjenis kelamin perempuan (72,73%), sebesar 54,55% berada pada rentang usia > 50 tahun, dan sebesar 54,55% berpendidikan SMA. Hampir seluruh pelaku UMKM Jawa Barat yang mengikuti acara PkM ini telah memiliki aplikasi media

sosial dalam menjalankan aktivitas bisnisnya yang sebagian besarnya menggunakan aplikasi WhatsApp (63,64,15%) dan diikuti dengan aplikasi lainnya, seperti Instagram (36,36%).

Antusias yang tinggi ditunjukkan oleh para pelaku UMKM Jawa Barat yang menjadi peserta pada acara PkM ini. Hal ini dibuktikan melalui respon positif yang diberikan oleh para peserta atas beberapa pertanyaan kuesioner yang dibagikan pada sesi akhir acara PkM. Sebagian besar peserta merasa senang mengikuti kegiatan pelatihan dan penyuluhan dalam bentuk PkM ini yang diadakan oleh kampus Universitas Widyatama bekerjasama dengan KADIN Kota Bandung dan berencana akan mengikutinya kembali kegiatan pelatihan lainnya yang diadakan oleh kampus Universitas Widyatama. Seperti yang disampaikan oleh Euis Mulyani, seorang pemilik UMKM Nook's Kitchen dengan produknya yang berupa nastar premium khas Bandung, yang menyatakan bahwa PkM yang diadakannya kali ini telah memberikan manfaat yang sangat besar karena beliau merasa dibekali dengan pengetahuan bagaimana cara membangun menjadi scale up. Selain itu, beliau pun menyoroti secara khusus materi tentang chatbot AI yang dianggap sebagai inovasi yang sangat relevan dan dapat membantu efisiensi layanan pelanggan. Beliau pun berharap kegiatan PkM ini tidak berhenti sampai di sini tetapi dapat dilanjutkan dengan diadakannya kegiatan pelatihan dan pembinaan lainnya.

Selain itu, peserta pun akan menyarankan kepada para pelaku UMKM lainnya untuk ikut serta berpartisipasi pada acara pelatihan dan penyuluhan lainnya yang diselenggarakan oleh kampus Universitas Widyatama bersama dengan KADIN Kota Bandung yang dikarenakan acara ini telah mendorongnya untuk memanfaatkan teknologi digital AI pada aktivitas operasional bisnisnya sehari-hari. Sementara itu, pengetahuan pelaku UMKM Jawa Barat terkait dengan topik yang dibahas pada acara PkM ini umumnya sudah baik dan berharap dengan mengikuti kegiatan pelatihan dan penyuluhan ini para peserta menjadi semakin lebih terampil dalam memanfaatkan penggunaan teknologi digital AI dalam menjalankan usaha atau bisnisnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Disimpulkan bahwa permasalahan utama yang seringkali dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas usaha atau bisnisnya adalah ketidaksiapan pelaku UMKM dalam berbisnis sebagai akibat dari masih lemahnya karakter berwirausaha yang dimiliki oleh para pelaku UMKM dalam mengembangkan dan menghadapi persaingan usaha, serta belum optimalnya pelaku UMKM dalam mengadopsi pemanfaatan teknologi digital AI melalui literasi digital marketing dan sosial media dalam menjalankan aktivitas usahanya. Hal ini didukung oleh hasil interview dengan beberapa pelaku usaha UMKM Jawa Barat dan pengurus KADIN, terutama bagi UMKM Kota dan Kabupaten Bandung Barat yang menyebutkan bahwa terdapat permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Jawa Barat dalam mengadopsi pemanfaatan teknologi digital AI dalam melaksanakan kegiatan bisnis berkelanjutan guna mendukung SDG's. Permasalahan tersebut terkait tiga hal krusial, antara lain terkait tingkat kepentingan organisasi, lingkungan, dan teknologi.

Dengan memperhatikan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM Jawa Barat tersebut, serta mendukung UMKM Jawa Barat untuk naik kelas melalui penguatan SDM berkarakter komunitas dan literasi pemasaran digital, maka tim Pelaksana PkM perlu memberikan perhatian secara khusus terkait dengan upaya meningkatkan karakter SDM komunitas dengan memanfaatkan teknologi digital AI dalam bisnis yang berkelanjutan guna mendukung SDG's, serta peningkatan keterampilan dalam hal penggunaan teknologi digital dalam menjalankan bisnisnya sehari-hari. Oleh sebab itu, melalui analisis kebutuhan tersebut, maka solusi yang ditawarkan oleh tim Pelaksana PkM berupa diberikannya kegiatan pelatihan dan penyuluhan yang bertemakan tentang pentingnya upaya membangun karakter SDM berbasis komunitas yang berguna untuk mengakselerasikan transformasi digital AI yang menjadikan pelaku UMKM mampu melaksanakan bisnis berkelanjutan yang mendukung SDG's sebagai strategi yang jitu dalam bisnis yang efektif dan kompetitif.

Berharap acara PkM ini dapat memberikan manfaat secara langsung kepada para pelaku UMKM Jawa Barat, yaitu tersampainya edukasi mengenai pentingnya (a) penguatan SDM (b) keterampilan komunitas yang bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kreativitas dalam memanfaatkan teknologi digital (*skill*) menggunakan teknologi AI dan kemampuan (*abilities*) bisnis berkelanjutan guna mendukung SDG's.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini kami Tim Cluster Pengabdian kepada Masyarakat menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini: Ketua Badan Pengurus Yayasan Universitas Widyatama, Rektor Universitas Widyatama, Wakil Rektor Bidang Akademik Kemahasiswaan dan Pembelajaran, Wakil Rektor Bidang Keuangan, SDM dan Fasilitas, Wakil Rektor Bidang Riset, Pengembangan dan Kerjasama, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama, Program Pascasarjana Universitas Widyatama, Ketua P2M Universitas Widyatama, Wakil Ketua Kadin Kota Bandung Bidang UMKM Kemitraan dan Koperasi, Pengurus Kadin, serta rekan-rekan dosen Tim Cluster, para pelaku UMKM Jawa Barat.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, Z., Siwi, M. K., & Kurniawati, T. (2021, November). MSMEs Business Sustainability: A Literature Review. In *Seventh Padang International Conference on Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2021)* (pp. 317-322). Atlantis Press.
- Agarwal, V., Mathiyazhagan, K., Malhotra, S., & Pimpunchat, B. (2023). Building resilience for sustainability of MSMEs post COVID-19 outbreak: An Indian handicraft industry outlook. *Socio-Economic Planning Sciences*, 85, 101443.
- Amira, B., & Nasution, M. I. P. (2023). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (Ai) Dalam Meningkatkan Efisiensi Dan Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(4), 362-371.
- Arisanti, I., Rasmita, R., Kasim, M., Mardikawati, B., & Murthada, M. (2024). Peran Aplikasi Artificial Intelligences Ai Dalam Mengembangkan Dan Meningkatkan Kompetensi Profesional Dan Kreatifitas Pendidik Di Era Cybernetics 4.0. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(1), 5195-5205.
- Aulia, M. R. (2020). Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kedai Kopi Skala Mikro Dan Kecil di Kota Medan. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(3), 100-113.
- Bello Manjarrez, D. (2020). Social Media in Business-to-Business Marketing and Sales: Review of Literature & Research Recommendations.
- Data dan Statistik KADIN INDONESIA Pada Tahun 2018-2023
- F. Maria, R. Hariroh, Z. Z. Hidayah, P. Purnamasari, and P. Hari. (2024). Analysis of the impact artificial intelligence (ai) technology on digital financial knowledge to improve business sustainability for msme in bekasi regency. *Jurnal Mantik*, 7(4).
- Hamdan, H. (2021). *Analysis of the Sustainability of MSMEs in the Covid-19 Pandemic Era. JEJAK*, 14 (1), 183–199.
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan bisnis model kanvas dalam penentuan rencana manajemen usaha kedelai edamame goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42-51.
- Lestari, E. Y., Sunarto, S., & Wijayanti, T. (2019). Pendampingan pada Masyarakat dalam Pengembangan Mata Pencaharian Melalui Pemberdayaan Komunitas Pemuda Desa di Desa Lau Kecamatan Dawe Kabupaten Kudus. *Jurnal Puruhita*, 1(1), 47-53.
- Limanseto, H. (2022). Berperan Dalam Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Digital, Pemerintah Dorong Akselerasi Adopsi Teknologi Digital oleh UMKM-Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. *Jakarta: Bank Indonesia*.
- Matt, D. T., & Rauch, E. (2020). SME 4.0: The role of small-and medium-sized enterprises in the digital transformation. In *Industry 4.0 for SMEs: Challenges, opportunities and requirements* (pp. 3-36). Cham: Springer International Publishing.
- Neneh, N. B. (2012). An exploratory study on entrepreneurial mindset in the small and medium enterprise (SME) sector: A South African perspective on fostering small and medium enterprise (SME) success. *African Journal of Business Management*, 6(9), 3364.

- Reis, J., Amorim, M., Melão, N., & Matos, P. (2018). Digital transformation: a literature review and guidelines for future research. *Trends and Advances in Information Systems and Technologies: Volume 1 6*, 411-421.
- Rupeika-Apoga, R., & Petrovska, K. (2022). Barriers to sustainable digital transformation in micro-, small-, and medium-sized enterprises. *Sustainability, 14*(20), 13558.
- Sani, A., & Wiliani, N. (2019). Faktor kesiapan dan adopsi teknologi informasi dalam konteks teknologi serta lingkungan pada UMKM di Jakarta. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 5(1), 49-56.
- Santoso, S., & Jati, N. C. K. R. (2020). Analisis Ketepatan Kebijakan Pembinaan Umkm Di Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragen. *Dialogue: Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(1), 33-50.
- Verdiana, Y. Q., Fachir, Z. A., & A'dhom, M. G. (2023). The Growth Role of Artificial Intelligence (AI) in Strategy Management in UMKM. *Growth*, 2(2).