

## Pelatihan Kegiatan Pembuatan Konten Promosi Menggunakan ChatGPT di Desa Tarumajaya Bandung

### *Training on Promotional Content Creation activities using ChatGPT in Tarumajaya Village, Bandung*

Henny Yulianti, Catur Nugroho\*

Universitas Siber Asia

Jl. Harsono No.1 Ragunan Jakarta Selatan

\*Email: caturnoag@gmail.com

(Diterima 24-01-2026; Disetujui 24-03-2026)

#### ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi banyak menghasilkan peluang besar bagi para pelaku UMKM, Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting sebagai salah satu sektor yang mendukung perekonomian nasional Indonesia banyak pelaku UMKM di Desa Kertasari yang mayoritas memilik usaha pertanian, seperti hasil sayur, susu, makanan, dan kerajinan tangan. Masih kesulitan membuat promosi, membuat promosi dengan organik, menarik dan viral dapat dilakukan dengan mudah serta sangat efektif guna untuk meningkatkan penjualan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, yang melibatkan UMKM di sekitar desa. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memandu peserta di dalam penggunaan aplikasi perangkat agar dapat memahami dan langsung mempraktikkan keterampilan menggunakan ide membuat konten dengan menggunakan aplikasi ChatGPT hingga melakukan promosi. Dari hasil yang didapat menggambarkan jika semua peserta dapat menggunakan ChatGPT sebagai pembuatan konten promosi. Perolehan evaluasi menunjukkan bahwa beberapa indikator penilaian kepada telah berhasil dilaksanakan, pembawa materi telah bekerja secara optimal dan tim yang turut mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberika pelatihan yang baik untuk diterapkan di di desa tarumajaya kecamatan kertasarie.

Kata kunci: UMKM, ChatGPT, promosi, evaluasi, teknologi informasi

#### ABSTRACT

*The development of information and communication technology has created many great opportunities for MSMEs. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have an important role as one of the sectors that support the Indonesian national economy. Many MSMEs in Kertasari Village, the majority of whom have agricultural businesses, such as vegetables, milk, food, and handicrafts. Still having difficulty making promotions, making organic, attractive and viral promotions can be done easily and very effectively to increase sales. This community service activity was carried out through a participatory and educational approach, involving MSMEs around the village. In this community service activity, it aims to guide participants in the use of device applications so they can understand and directly practice skills using ideas to create content using the ChatGPT application to carry out promotions. From the results obtained, it illustrates that all participants can use ChatGPT as a promotional content creation. Evaluation results show that several assessment indicators have been successfully implemented, the presenter has worked optimally and the team that supported this community service activity succeeded in providing good training to be implemented in Tarumajaya Village, Kertasarie District.*

*Keywords: ChatGPT, promotion, evaluation, information technology*

#### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi banyak menghasilkan peluang besar bagi para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan kualitas promosi produk yang ditawarkan (Khoir et al., 2025). Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peranan penting sebagai salah satu sektor yang mendukung perekonomian nasional Indonesia. Dengan besarnya Kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), menyediakan lapangan kerja mandiri, dan dapat meningkatkan inovasi dalam gejolak ekonomi dunia serta dapat mengurangi dampak ketimpangan sosial (Dwifanty et al., 2025). Melihat sektor pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki kapasitas untuk mempekerjakan 88% tenaga kerja dan menghasilkan

40% dari PDB. UMKM dipandang sebagai sektor bisnis yang tangguh karena dapat berkembang di lingkungan apa pun (Indrawan et al., 2024).

Strategi Penjualan dapat membantu pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan penjualan, *Marketing Mix* atau Bauran Pemasaran memiliki empat pokok elemen diantaranya produk, harga, saluran distribusi/tempat, dan promosi. Pada keempat elemen jika diterapkan memiliki peran strategis dalam menarik minat pembeli juga membangun jejaring (Azzaharah et al., 2025). Penggunaan teknologi digital saat ini menjadi sangat penting untuk pertumbuhan pelaku UMKM. Namun, pelaku UMKM sering menghadapi kesulitan dalam mengadopsi teknologi informasi karena kurangnya pemahaman mengenai literasi digital.

Dalam era digitalisasi, inovasi dan teknologi merupakan domain katalis yang memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM. Namun, keterbatasan literasi digital kewirausahaan serta lemahnya penguasaan teknologi menjadi hambatan signifikan (Rahmatika et al., 2025). Literasi digital merupakan upaya moderasi pengaruh dalam bidang penjualan secara digital karena dapat memengaruhi keputusan pembelian (Irawaty et al., 2025).

Promosi merupakan salah satu bagian dari berbisnis di media sosial, dengan jangkauan yang luas, tidak butuh waktu lama bagi konsumen untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan (Mardian et al., 2022). Ada banyak strategi berbeda untuk digunakan dalam memaksimalkan promosi melalui sosial media, dengan membuat konten untuk media sosial yang organik, menarik dan viral, sehingga salah satu media sosial merupakan alat promosi untuk menarik pelanggan di jejaring sosial, akan berdampak pada peningkatan pendapatan bulanan (Novita et al., 2023).

Pelaku UMKM di Desa Kertasari mayoritas memiliki usaha pertanian, seperti hasil sayur, susu, makanan, dan kerajinan tangan. Masih kesulitan membuat promosi, membuat promosi dengan organik, menarik dan viral dapat dilakukan dengan mudah serta sangat efektif guna untuk meningkatkan penjualan, terjadinya peningkatan penggunaan media sosial dan *platform* digital dapat dijadikan sebagai sarana promosi yang memberikan dampak paling besar dalam meningkatkan penjualan (Anggraini et al., 2024).

Untuk dapat dengan mudah membuat strategi promosi secara digital dapat digunakan dengan ChatGPT dan teknologi AI kepada pelaku UMKM yang nanti dapat disebarkan promosi melalui *platform* digital, perlu bimbingan teknis sehingga pelaku UMKM dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dukungan langsung dalam penerapan ChatGPT untuk pembuatan konten promosi, yang dapat menarik perhatian dan diminati (Haryanto et al., 2024). Pelatihan penggunaan ChatGPT dalam membuat *caption* atau keterangan produk yang menarik dan memikat di media sosial ini bertujuan untuk membantu para pelaku usaha UMKM di Desa Kertasari meningkatkan penjualan produk mereka melalui media sosial, Kemampuan yang dulunya sulit didapatkan oleh para pengusaha UMKM, dengan menggunakan ChatGPT bisa dihasilkan hanya dengan memberikan *text prompt* singkat. (Sundoro et al. 2023).

## BAHAN DAN METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif dan edukatif, yang melibatkan UMKM di sekitar desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie, Tahapan kegiatan terdiri 3 langkah: Dari perencanaan kegiatan, adapun berikutnya dilakukan seleksi peserta untuk membuat kelompok yang nanti akan dibedakan di kelas yang sesuai dengan lamanya memiliki usaha UMKM, dan dilakukan diskusi dan evaluasi untuk mengamati pemahaman dan keterampilan peserta, Adapun langkah kegiatan PKM dijelaskan pada gambar 1 sebagai berikut:



Gambar1. Pelaksanaan Kegiatan

Pertama, perencanaan kegiatan memulai tahapan awal pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup persiapan yang dilakukan oleh Biro LPPM Unsia dan tim yang menyiapkan segala keperluan selama pelatihan di desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie dilaksanakan. Persiapan yang dilakukan dengan melakukan koordinasi menyeluruh dengan semua unsur-unsur pendukung pemerintahan di tingkat desa dan kelurahan desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie untuk pelaksanaan waktu dan tempat kegiatan. Pengabdian masyarakat kemudian diadakan pembukaan acara di pusat pelatihan PT PP London Sumatra Tbk (Lonsum) acara yang dihadiri oleh unsur pemerintahan setempat dan adanya perwakilan manajemen PT. PP London Sumatra Tbk pada tanggal 25 september 2025 pukul 13.00 wib.



**Gambar 2. Pembukaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat**

Pada tahapan berikutnya dengan melalui *workshop* dilakukan di kelas yang berada di pusat pelatihan PT PP London Sumatra Tbk (Lonsum), diadakan pelatihan kepada peserta yang merupakan para pelaku UMKM di sekitar desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie, kelas dibagi menjadi 2 kelompok berdasarkan lama memulai usaha UMKM hal ini sudah dilakukan seleksi oleh biro LPPM dan tim. Pelatihan dimulai dengan menyampaikan materi penyusunan yang berfokus pada pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) dalam pembuatan konten promosi digital, dengan mempertimbangkan keterbatasan literasi digital peserta.

Pada tahapan ketiga dilakukan diskusi dan evaluasi melalui sesi presentasi interaktif dengan topik dasar-dasar penggunaan chatGPT sebagai promosi, kegiatan pada kelompok ini dihadiri oleh 20 peserta pelaku UMKM yang rata-rata telah memiliki usaha di atas 3 tahun. Para pelaku usaha sekitar desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie yang hadir memiliki usaha hasil sayur, susu, makanan/minuman ringan, dan kerajinan tangan.



**Gambar 3. Peserta yang Menghadiri Kegiatan**

Ceramah dan diskusi diawali sebagai pembuka dalam menyampaikan materi kepada peserta. Ceramah menjelaskan tentang teori yang berkaitan dengan penggunaan literasi digital dan dengan menjelaskan cara melakukan promosi berjualan yang menarik seperti untuk penulisan dan pembuatan ide konten. lalu Ditentukan ide topik tentang konten yang akan dibuat dan penggunaan perangkat (*tool*) menggunakan layanan ChatGPT yang dibuat oleh OpenAI saat pelatihan untuk *empowering* para pelaku UMKM dalam menuliskan keterangan atau *caption* untuk setiap produk atau setiap informasi yang dibagikan di media sosial.

Penggunaan ChatGPT ini dimaksudkan ke dalam yang digolongkan pada mesin generasi bahasa alami (*Natural Processing Language*) yang mampu memahami bahasa manusia dan memberikan jawaban atau respon yang tepat dan terstruktur. Pelatihan penggunaan aplikasi ChatGPT ini dilakukan oleh semua peserta, dengan perangkat *smartphone* dengan *bandwidth* internet yang cukup baik dan stabil, dan dibantu oleh mahasiswa dan tim LPPM Unsia dalam penggunaannya.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan melalui Ceramah

Dan berikutnya dilakukan dengan praktik dimana semua peserta dipandu dengan penggunaan aplikasi perangkat ponsel langkah demi langkah sehingga peserta dapat memahami dan langsung mempraktikkan keterampilan dengan membuat dengan menggunakan *prompt* ke ChatGPT yang menggunakan perintah cara melakukan pemasaran atau promosi di media sosial, juga deskripsi untuk penulisan dan pembuatan ide konten, dan penggunaan aplikasi ChatGPT hingga relevan yang berguna dalam melakukan promosi.



Gambar 5. Pelaksanaan Kegiatan dengan Praktik ke Peserta

Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi kepada peserta yang hadir, dilakukan diskusi untuk memahami tingkat pemahaman peserta dalam penggunaan inovasi dan teknologi, penguasaan teknologi penting, dan inovasi dapat membantu dalam pengembangan produk yang akan dipromosikan. Setelah diskusi dilakukan dengan evaluasi terdiri atas beberapa jenis, yaitu evaluasi terhadap materi, peserta dan penguasaan perangkat. Dilakukan evaluasi terhadap materi yaitu dilihat dari pendapat peserta akan dibutuhkannya materi yang diajarkan, evaluasi terhadap peserta juga dilihat dari antusiasme peserta dalam diskusi dan kehadiran, evaluasi terhadap peserta juga dilakukan terhadap keterampilan dan hasil setelah dilakukan kegiatan ini.



Gambar 6. Pelaksanaan Tanya Jawab & Diskusi

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Promosi adalah suatu aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh seseorang yang bertujuan untuk memperkenalkan sesuatu (barang/jasa/merek/perusahaan) kepada masyarakat, dan sekaligus memengaruhi masyarakat luas agar membeli dan menggunakan produk tersebut (Ningrum et al., 2023). Promosi dan produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan, perlunya menggunakan deskripsi produk yang relevan, dan penggunaan beberapa *caption* untuk dapat membantu memengaruhi keputusan membeli produk yang ditawarkan (Fauzi & Kartiko, 2023). ChatGPT mampu menghasilkan deskripsi produk yang relevan dan bervariasi berdasarkan masukan yang diberikan dengan memberikan masukan berupa nama dan spesifikasi produk ke dalam model ChatGPT kemudian model tersebut akan menghasilkan deskripsi produk secara otomatis (Kristianto et al., 2024). Pemanfaatan ChatGPT memungkinkan membantu mengidentifikasi dan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan personal, kalimat yang mendeskripsikan konten promosi produk yang ingin dibuat dalam kalimat dapat dibuat dengan mudah dan hal ini memungkinkan perbaikan dan peningkatan yang lebih cepat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Julianto, 2024). Kemudian peneliti memilih beberapa gambar tersebut yang paling sesuai dengan konten yang ingin dibuat. Kegiatan PkM ini berupaya untuk meningkatkan promosi produk menjadi lebih baik atau lebih memenuhi selera kebutuhan pelanggan dan berkelanjutan. Upaya memperbaiki promosi ini dilakukan berupa pelatihan dan praktik pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat desa Tarumajaya kecamatan Kertasari. Yang memiliki tujuan pelatihan dan praktik untuk literasi digital kewirausahaan peserta UMKM agar memiliki kemauan dalam menggunakan teknologi yang dapat diterapkan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan contoh praktik penggunaan AI untuk memberikan ide-ide pembuatan konten UMKM, serta membantu dalam pembuatan akun login ChatGPT karena sebagian peserta tidak memiliki akun ChatGPT, setelah itu dilakukan memberikan suatu contoh perintah (*prompt*) agar ChatGPT langsung memberikan ide mengenai gambar dan deskripsi pada konten yang dibuat. Penggunaan perintah (*prompt*) ChatGPT dalam ide pembuatan konten serta didalam sosial media dapat membantu pemilik UMKM untuk mengoptimalkan promosi produk di sosial media. Sehingga membuat pemilik UMKM lebih rutin dalam menunggah konten

serta membantu untuk membuat prioritas, perencanaan dan pembuatan konten yang akan *diposting* oleh peserta pelaku UMKM.

Evaluasi perlu dilakukan untuk mengukur sejauh mana peserta menguasai dan mampu menerapkan keterampilan tertentu yang diajarkan selama proses pembelajaran. Penilaian ini mencakup pengukuran kemampuan tes praktik (Nur Rasyid et al., 2024). Tahap akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat pengambilan kesimpulan dari data yang dikumpulkan. Secara keseluruhan kegiatan tersebut berjalan dengan aman, tertib dan terkendali, sehingga tujuan yang ingin dicapai dapat terlaksana. Ada manfaat yang diperoleh oleh peserta dalam praktik yang telah di sampaikan. Kegiatan tersebut mendapat respon positif dari para peserta. Hasil pengukuran pemahaman peserta Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mendapat respon yang baik dari peserta dengan menunjukkan pemahaman yang diterima seperti ditunjukkan pada tabel 1.

**Tabel 1. Hasil Tingkat Evaluasi Peserta**

No	Indikator Penjelasan Praktik	Tingkat Pemahaman oleh Peserta	Paham	Belum	Tidak Sama Sekali
1.	Tingkat pemahaman Penggunaan ChatGPT	Peserta dapat menggunakan dengan ChatGPT baik	20	0	0
2.	Tingkat kepercayaan terhadap keandalan dan keakuratan ChatGPT	Dapat diandalkan	19	1	0
3.	Tingkat kebingungan dalam penggunaan ChatGPT	Peserta telah mengerti penggunaan	16	2	2
4.	Peserta akan merekomendasikan ChatGPT kepada orang lain	Peserta akan merekomendasikan kepada orang lain	19	1	0
5.	Tingkat keinginan terus menggunakan ChatGPT dalam pembuatan konten	Peserta akan menggunakan ChatGPT sesuai kebutuhan	18	2	1
6.	Peserta dapat menggunakan ChatGPT tanpa ada kendala	Tidak ada kendala dalam penggunaannya	16	3	1

Pada tabel 1 menjelaskan tentang indikator dalam penjelasan praktik yang terdiri atas 6 pertanyaan untuk mengukur sejauh mana pemahaman peserta dalam menguasai praktik yang telah dilakukan, hal ini akan menggambarkan perbaikan yang akan dilakukan setelah pelaksanaan kegiatan. Penilaian ini dihitung berdasarkan jumlah peserta dan tingkat pemahaman peserta melalui 3 jawaban “paham”, “belum paham”, dan “tidak sama sekali paham”. dalam tingkat pemahaman oleh peserta terhadap jawaban pada indikator maka dilakukan secara kuesioner untuk mendapat jawaban dari peserta.

Dalam pertanyaan (1) Tingkat pemahaman Penggunaan ChatGPT, semua peserta sebanyak 20 orang menjawab paham. Pada pertanyaan (2) Tingkat kepercayaan terhadap keandalan dan keakuratan ChatGPT didapat jawaban 19 paham, 1 belum paham, (3) Tingkat kebingungan dalam penggunaan ChatGPT didapat jawaban 16 paham, 2 belum paham, 2 tidak sama sekali. (4) Peserta akan merekomendasikan ChatGPT kepada orang lain didapat jawaban 19 paham, 1 belum paham, (5) Tingkat keinginan terus menggunakan ChatGPT dalam pembuatan konten didapat jawaban 18 paham, 2 belum paham. Pertanyaan (6) Peserta dapat menggunakan ChatGPT tanpa ada kendala didapat jawaban 16 paham, 3 belum paham, dan 1 tidak sama sekali.

Dari hasil yang didapat menggambarkan jika semua peserta dapat menggunakan ChatGPT sebagai pembuatan konten promosi. Perolehan evaluasi memperlihatkan bahwa beberapa indikator penilaian kepada telah berhasil dilaksanakan, pembawa materi telah bekerja secara optimal dan tim yang turut mendukung Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan pelatihan yang baik untuk diterapkan di di desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari diadakannya program Pengabdian kepada Masyarakat ini menunjukkan terdapat peningkatan kemampuan peserta UMKM dalam penggunaan ChatGPT sebagai konten promosi yang mudah digunakan. Kegiatan yang dilakukan memberikan manfaat pentingnya promosi yang dapat di optimalkan melalui literasi digital yang dibawa oleh pembawa materi serta penggunaan ChatGPT yang

dipraktikkan oleh tim yang membantu selama acara. Sehingga seluruh peserta dapat memahami Penggunaan ChatGPT dan akan menggunakan untuk keperluan promosi dan keperluan lainnya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada pihak pemerintahan di tingkat desa dan kelurahan desa Tarumajaya kecamatan Kertasarie beserta jajaran dan peserta yang hadir untuk meluangkan waktu untuk mengikuti kegiatan ini, serta manajemen PT PP London Sumatra Tbk (Lonsum) yang bersedia memberikan tempat pelatihan, dan tidak lupa terima kasih kepada wakil Rektor Universitas Siber Asia atas motivasi dan bimbingan yang telah diberikan sehingga pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dapat tercapai. Tidak lupa juga kepada biro LPPM Universitas Siber Asia atas dukungan dan pengarahan yang diberikan sehingga dapat memberi semangat untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azzaharah, F., Nasrul., Kristian Panjaitan. F.A.B., (2025). *ANALISIS STRATEGI MARKETING MIX DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA RUMAH MAKAN KAMPUNG BAKAU KOTA KENDARI*. Jurnal HOMANIS: Halu Oleo Manajemen dan Bisnis. 2(1). 770-775.
- Dwifanty.D.J., Leobisa. J.N., Bernoli. A.A., & Yustin Dima.E.T., (2025). Kontribusi UMKM Terhadap Perekonomian Indonesia Serta Peluang dan Tantangan dalam Era Digitalisasi. *Akuntansi Dan Ekonomi Pajak: Perspektif Global (AEPPG)*, 2(3), 71–78. <https://doi.org/10.61132/aeppg.v2i3.1357>
- Fauzi, I., & Kartiko, A. (2023). Pengaruh Promosi an Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Memilih Madrasah. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(2), 242–251. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i2.435>
- Haryanto, W., Oktiyani, R., & Pradiatiningtyas, D. (2024). MENINGKATKAN EFISIENSI KONTEN UMKM MELALUT TEKNOLOGI AI PENERAPAN CHATGPT UNTUK PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMKM KABUPATEN SUKOHARJO. In *Jurnal Pengabdian Masyarakat Abdi Teknayasa* (Vol. 5, Issue 1). <http://journals2.ums.ac.id/index.php/abditeknayasa/>
- Julianto. (2023). *PEMANFAATAN CHAT GPT OPEN AI TERHADAP ANALISIS DAN STRATEGI DALAM MENINGKATKAN PERFORMA PENJUALAN PRODUK SECARA DIGITAL*. Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen (Vol. 12). 12-17.
- Mardian, M. H. P., Misnawati, D., & Renaldi.M., (2022). Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Promosi Desa Surabaya Timur. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(1), 86–90. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i1.225>.
- Ningrum, Puri, L.M. Ratnasari, E. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research (JSR)* Vol.1, No.1, Hal 394-403
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Mayndarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Nur Rasyid, M. A., Abdillah, F. M., Basma Al Katiri, N., Kaha, S., Agama Islam, P., Pascasarjana, P., & Sorong, I. (n.d.). *SKILLS BASED EVALUATION IN DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL EVALUATION DESIGN*. JIIC: JURNAL INTELEK INSAN CENDIKIA. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>, 1(10), 7657-7663.
- Perkasa, L. D. K. P., Ayuni, N. R. L., & Hermawan, H. (2025). Efektivitas Pembuatan Konten Promosi dengan Bantuan Artificial Intelligence (AI) dalam Promosi Produk Temulawak Instan (Studi Kasus di CV Timoer Sentosa). *Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 32(1), 37–46. <https://doi.org/10.55259/jiip.v32i1.286>
- Indrawan Lubis.P.S, & Salsabila. R., (2024). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah) Dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi Di Indonesia. *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2), 91–110. <https://doi.org/10.59246/muqaddimah.v2i2.716>

- Putu, G., Kusuma, E., Laksmi, K. A., Sekolah, M., Ekonomi, T., & Dharma, S. (2024). Pengaruh Kemampuan Literasi Digital Marketing Dan Strategi E-Commerce Advertising Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Sparepart (Study kasus pada PT. Edie Arta Motor Indonesia Cabang Bungkulan). *Jurnal Artha Satya Dharma*, 17(1), 1–10.
- Rahmatika,D.N., Indriasih. D, Prihatin.Y, Zuhry.N, Sugiharto.U., Wibowo. A, Tri Wijaya.J.R.(2025). Akselerasi Literasi Kewirausahaan dan Pendampingan UMKM melalui Inovasi Digital dan Jejaring Kolaboratif di Kecamatan Kalibening Kabupaten Banjarnegara. *JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT BANGSA*. 3(7), 3310- 3320
- Sundoro, D., Syariati, K., Suardi, C., Lewis, R., & Antonio, T. (2023). Pelatihan Pemanfaatan ChatGPT Untuk Membuat Keterangan Promosi Produk dan Jasa Di Media Sosial Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah Di Provinsi Sulawesi Selatan. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.59395/abdifomatika.v3i1.186>
- Khoir. S.A., & Maesaroh. (2025). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) untuk Pembuatan Konten Promosi Produk UMKM di Koperasi Syariah BMT Insan Mandiricabang Sukodono, Kabupaten Sragen. *ASPIRASI : Publikasi Hasil Pengabdian Dan Kegiatan Masyarakat*, 3(5), 85–94. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v3i5.2239>.