

MENINGKATKAN EFISIENSI KONTEN UMKM MELALUI TEKNOLOGI AI PENERAPAN CHATGPT UNTUK PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMKM KABUPATEN SUKOHARJO

Wawan Haryanto*

Sistem Informasi Kampus Kabupaten
Banyumas
Universitas Bina Sarana Informatika
Wawan.who@bsi.ac.id

Sri rejeki

Prodi Sistem Informasi Universitas Bina
Sarana Informatika
PSDKU Surakarta
sri.sjr@bsi.ac.id

Rina Oktiyani

Prodi Sistem Informasi Akuntansi
Universitas Bina Sarana Informatika
PSDKU Surakarta
rina.roi@bsi.ac.id

Diah Pradiatiningsyah

Sistem Informasi Kampus Kota Yogyakarta
Universitas Bina Sarana Informatika
diah.ddt@bsi.ac.id

Riwayat naskah:

Naskah dikirim 5 November 2024
Naskah direvisi 28 Desember 2024
Naskah diterima 30 Desember 2024

ABSTRAK

Produk umkm kabupaten sukoharjo sedangkan kesulitan dalam mempromosikan produk secara online adanya kerjasama antara Universitas Bina Sarana Informatika kegiatan akademik untuk melakukan pengabdian masyarakat kegiatan teknologi artificial intelligence (AI) Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Komunitas Komunitas UMKM Sukoharjo dan mengajukan perijinan untuk melakukan kegiatan pelatihan pada Komunitas UMKM Sukoharjo Tahap pelaksanaan Tahap Pelatihan dan, pendampingan, serta simulasi cara menggunakan ChatGPT. Pelatihan dan Edukasi: Memberikan pelatihan tentang penggunaan ChatGPT dan teknologi AI kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Pendampingan dan Implementasi Menyediakan dukungan langsung dalam penerapan ChatGPT untuk pembuatan konten, termasuk sesi konsultasi dan bimbingan teknis Pemasaran sangat diperlukan untuk mempromosikan produk yang dihasilkan sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Kegiatan ini dapat meningkatkan dalam marketingkan penawaran produk yang telah diproduksi Mengadakan pelatihan dan workshop tentang pemasaran digital yang mencakup pemahaman dasar, penggunaan media sosial, dan cara memanfaatkan alat pemasaran digital, termasuk ChatGPT. Memanfaatkan ChatGPT untuk membantu pelaku UMKM dalam menghasilkan konten pemasaran, seperti deskripsi produk, postingan media sosial, dan kampanye iklan, sehingga mereka dapat lebih fokus pada kreativitas dan inovasi.

KATA KUNCI: meningkatkan efisiensi konten, teknologi al, pemasaran Digital

PENDAHULUAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Sebagai penyumbang utama terhadap lapangan pekerjaan dan pertumbuhan ekonomi lokal, UMKM memerlukan strategi pemasaran yang efektif untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital ini. Namun, banyak pelaku UMKM di Sukoharjo masih menghadapi berbagai tantangan

dalam hal pengelolaan dan pembuatan konten pemasaran digital yang berkualitas.

Pemasaran [1] konteks pemasaran digital, konten yang relevan, menarik, dan tepat sasaran adalah kunci utama untuk menarik perhatian audiens dan mendorong konversi. Namun, proses pembuatan konten yang berkualitas seringkali memerlukan waktu, keterampilan, dan sumber daya yang tidak selalu tersedia bagi UMKM. Banyak pelaku UMKM masih menggunakan metode tradisional yang mungkin tidak selalu efektif dalam mencapai audiens target mereka

atau bersaing dengan brand besar yang memiliki anggaran pemasaran lebih besar.

Seiring [2] dengan pesatnya perkembangan teknologi, solusi berbasis Kecerdasan Buatan (AI) semakin menjadi pilihan strategis dalam berbagai aspek bisnis, termasuk pemasaran. Salah satu teknologi AI yang menjanjikan dalam hal ini adalah model bahasa generatif seperti ChatGPT. ChatGPT, yang dikembangkan oleh OpenAI, mampu memahami konteks dan menghasilkan teks yang relevan serta kreatif, membuatnya menjadi alat yang sangat potensial untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas pembuatan konten pemasaran.

Teknologi AI ini dapat membantu UMKM dalam beberapa aspek, seperti pembuatan konten otomatis, personalisasi konten, penghematan waktu dan biaya serta konsistensi konten. ChatGPT dapat digunakan untuk menghasilkan teks pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik produk, seperti deskripsi produk, artikel blog, atau posting media sosial. Selain itu, ChatGPT dapat membantu dalam membuat konten yang lebih personal dan relevan bagi audiens target, sehingga meningkatkan keterlibatan dan respons. Di sisi lain, dengan otomatisasi proses pembuatan konten, UMKM dapat menghemat waktu dan biaya yang sebelumnya digunakan untuk membuat konten secara manual dan ChatGPT dapat membantu menjaga konsistensi dalam gaya dan pesan konten, yang penting untuk membangun identitas brand yang kuat.

Di Kabupaten Sukoharjo, potensi penerapan teknologi ini sangat besar. Meskipun beberapa UMKM sudah mulai menjajaki pemasaran digital, banyak dari mereka yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi AI. Penggunaan ChatGPT sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi konten pemasaran masih tergolong baru dan kurang dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, pelatihan dan pengenalan teknologi ini kepada pelaku UMKM di Sukoharjo menjadi sangat penting untuk membantu mereka [3] beradaptasi dan memanfaatkan teknologi AI guna meningkatkan daya saing dan pertumbuhan bisnis mereka.

1. Analisis Situasi

Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki potensi besar dalam sektor UMKM. UMKM di wilayah ini mencakup berbagai sektor seperti makanan dan minuman, kerajinan tangan, tekstil, dan layanan jasa. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dengan menyumbang sebagian besar lapangan

pekerjaan dan pendapatan daerah. Namun, meskipun potensi tersebut, banyak UMKM di Sukoharjo masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka, terutama dalam hal pemasaran digital.

Dalam rangka mewujudkan perkembangan produk yang dijalankan maka harus diadakan pelatihan atau workshop bagi Komunitas UMKM agar lebih dapat meningkatkan atau mengembangkan prospek dan peluang usaha yang tepat dengan jaringan yang lebih luas.

1) Aspek Sumber Daya Manusia (SDM)

Pemasaran digital telah menjadi aspek penting dalam strategi bisnis modern, tetapi banyak UMKM di Sukoharjo masih menghadapi kesulitan dalam memanfaatkannya secara efektif. Beberapa tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, Dimana Sumber daya manusia di Komunitas UMKM masih memiliki usia yang sangat produktif, tetapi sebagian masih kurang memahami cara memanfaatkan pengetahuan teknologi, keterbatasan kompetensi digital dan persaingan yang ketat. Dan Banyak UMKM di Sukoharjo memiliki sumber daya yang terbatas dalam hal waktu, tenaga kerja, dan anggaran untuk pembuatan dan pengelolaan konten pemasaran digital. Hal ini menyebabkan mereka sering kali tidak dapat menghasilkan konten yang berkualitas secara konsisten.

Selain itu, banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami atau memanfaatkan teknologi terbaru, termasuk teknologi AI. Ini membatasi kemampuan mereka untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih canggih dan efektif. Di sisi lain, keterampilan dalam pembuatan konten digital yang menarik dan efektif masih menjadi kendala. Tanpa keterampilan ini, konten yang dihasilkan mungkin kurang menarik dan tidak mampu menarik audiens target. Pada kenyataannya, dengan semakin banyaknya UMKM dan bisnis online, persaingan di pasar digital semakin ketat. UMKM perlu memanfaatkan teknologi dan strategi yang efisien untuk tetap relevan dan bersaing.

2) Teknologi AI, khususnya model bahasa seperti ChatGPT, menawarkan solusi yang menjanjikan untuk mengatasi tantangan tersebut. ChatGPT dapat membantu UMKM dalam beberapa cara, seperti pembuatan konten otomatis, personalisasi dan kreativitas serta efisiensi dan penghematan. ChatGPT dapat menghasilkan teks yang relevan dan berkualitas tinggi dengan cepat, mengurangi beban kerja dalam pembuatan konten dan memungkinkan UMKM untuk

memproduksi materi pemasaran yang konsisten dan menarik. Serta, dengan kemampuannya untuk memahami konteks dan menghasilkan teks yang sesuai, ChatGPT dapat membantu dalam membuat konten yang lebih personal dan menarik, yang dapat meningkatkan engagement dengan audiens. Dan dengan adanya automatisasi proses pembuatan konten dapat menghemat waktu dan biaya, memungkinkan UMKM untuk fokus pada aspek lain dari bisnis mereka seperti inovasi produk dan layanan pelanggan.

Komunitas UMKM Sukoharjo telah didirikan oleh founder-founder yang handal, dan usaha yang dijalankan sudah berjalan cukup baik. Tetapi untuk lebih meningkatkan lagi kemampuan para anggotanya maka perlu diadakan pelatihan salah satunya pemanfaatan pengetahuan teknologi tentang Chat GPT, dengan harapan anggota bisa lebih baik lagi dalam melakukan pemasaran produk, selain itu diharapkan anggotanya dapat mengembangkan inovasi produk-produk yang dijalankan baik itu dari segi makanan, minuman, juga tetap menjaga kondisi lingkungan tetap menarik dan nyaman, agar pengunjung tertarik untuk kembali lagi sehingga penjualan produk pun akan meningkat.

1) Aspek Produksi

Dilihat dari segi produksinya maka dapat dilihat bahwa di Komunitas UMKM di Sukoharjo ini memiliki beberapa macam produk yang disediakan. Produk-produk yang disediakan di Komunitas UMKM Sukoharjo ini bisa memenuhi keinginan para pengunjung pecinta kuliner agar tidak bosan karena banyaknya menu yang disediakan. sehingga dapat memenuhi kebutuhan para pecinta kuliner yang berbeda setiap harinya. Semua Produk kuliner yang disediakan ini dapat dijadikan icon untuk meningkatkan pendapatan masyarakat para anggota komunitas UMKM Kuliner di Sujoharjo, serta dapat mengenalkan bahwa UMKM kuliner memiliki wadah untuk terus dapat berkembang.

2) Aspek Manajemen Usaha

Komunitas UMKM Sukoharjo yang anggotanya aktif didalam Program Usaha Peningkatan Pendapatan, Kesejahteraan, mengentaskan kemiskinan dan mengurangi pengangguran. Kelompok UMKM Sukoharjo juga bergabung dengan para pengusaha-pengusaha, koperasi, yayasan, Kadin dsb. Sebagai kelompok UMKM sekaligus sebagai pengusaha, atau founder-founder mempunyai ikatan yang kuat dan solid dalam menjalankan usahanya sehingga dapat terus maju dan berkembang serta dapat

meningkatkan perekonomian. Anggota Komunitas UMKM Sukoharjo bisa dibilang sangat efektif dalam menjalankan usaha tersebut, karena mereka dapat memanfaatkan satu tempat yang dibuat sedemikian rupa agar menarik pengunjung tetapi bisa menampung atau menjadi wadah beberapa founder para pemilik usaha kuliner. Sebagai Kelompok UMKM Sukoharjo sekaligus sebagai kelompok pengusaha atau founder yang handal, maka menjadi suatu ikatan social ekonomi yang kuat serta mempunyai kemauan untuk maju secara bersama-sama, dalam berupaya meningkatkan kesejahteraan pada anggota khususnya dan mengentaskan kemiskinan atau pengangguran pada umumnya.

Dalam menjalankan usahanya tersebut sebagian founder sudah didukung dengan pengetahuan dan kemampuan manajemen usaha yang memadai, sehingga dalam mengelola sudah menerapkan prinsip-prinsip manajemen yang modern. Tetapi sebagian juga masih belum dibekali dengan pengetahuan yang memadai karena tingkat pendidikan mereka yang rendah jadi usaha yang dijalankan ini belum sepenuhnya bisa berjalan dengan maximal, karena kurangnya pemahaman dalam menjaga pelayanan kepada pengunjung mengakibatkan pengunjung terkadang enggan kembali sehingga usaha ini pun belum begitu diketahui oleh masyarakat secara luas, sehingga bisa dikatakan bahwa marketingnya belum maksimal, dan peluang pasar belum bisa diambil sepenuhnya. Untuk menghadapi perubahan trend pasar dan untuk mendapatkan peluang pasar secara maksimal, maka sangat perlu diberikan bantuan di bidang pengembangan manajemen bisnis dan pengetahuan tentang cara menjaga konsumen atau pengunjung dengan memperbaiki pelayanan sehingga dapat pengelolan usaha ini yang berbasis pada jasa dapat ditanggulangi secara profesional.

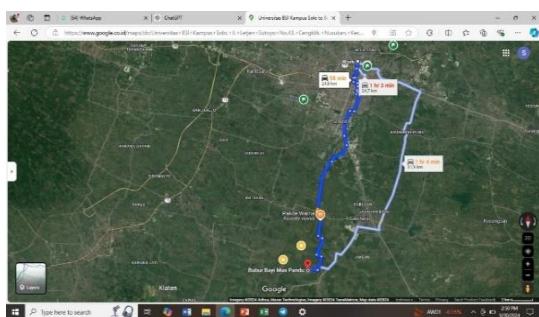
3) Aspek Peluang Usaha

Usaha kuliner [5] adalah usaha yang bisa berjalan terus menerus selama mampu melakukan inovasi produk agar konsumen tidak bosan dan merupakan cerminan iklim usaha yang harus terus di budidayakan sehingga produk yang dijalankan memiliki nilai tambah yang mengesankan. Para anggota dari Kelompok UMKM Sukoharjo ini harus terus berupaya meningkatkan dan melakukan Pemberdayaan potensi usaha ini, dengan cara harus selalu dibina dalam upaya membangun motivasi dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimilikinya serta berupaya mengembangkan ke jaringan yang lebih luas dengan pemasaran, karena banyak pengunjung yang tertarik dengan keragaman kuliner yang tersedia sehingga peluang usaha ini cukup menjanjikan.

Permasalahan yang mungkin dihadapi oleh mitra dengan harapan, kurangnya pengembangan pemasaran digital secara sulit untuk membuat konten menarik, keterbatasan sumber daya manusia,



Gambar 1
Aula Bubur Mas pandu Komunitas UMKM di
Sukoharjo
Sumber : Dukumentasi, 2024



Gambar 2
Lokasi Jarak Mitra dengan Kampus UBSI

Berdasarkan latar belakang tersebut maka program studi sistem Informasi Universitas Bina Sarana Informatika Surakarta melaksanakan tridharma perguruan tinggi dengan melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan tema "Meningkatkan Efisiensi Konten Umkm Melalut Teknologi AI Penerapan Chatgpt Untuk Pemasaran Digital Produk Umkm Kabupaten Sukoharjo.

Dengan pelatihan dengan mengenalkan teknologi Ai di umkm mas pandu sehingga memberikan kemudahaan dalam marketing produk yang sedang ditawarkan.

Metode

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan permasalahan pada Komunitas UMKM Sukoharjo yaitu:

Tahap persiapan

1. Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh Komunitas Komunitas UMKM Sukoharjo dan mengajukan

perijinan untuk melakukan kegiatan pelatihan pada Komunitas UMKM Sukoharjo. Selanjutnya melakukan persiapan untuk pelatihan dengan membuat materi pelatihan tentang pemanfaatan pengetahuan Tekhnologi AI beruoai ChatGPT dalam upaya mengembangkan usaha dan meningkatkan pemasaran, membuat soal tes dan kuesioner untuk mengetahui respon dari peserta pelatihan.

2. Tahap pelaksanaan

Tahap Pelatihan dan, pendampingan, serta simulasi cara menggunakan ChatGPT.

Pelatihan dan Edukasi: Memberikan pelatihan tentang penggunaan ChatGPT dan teknologi AI kepada pelaku UMKM untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka.

Pendampingan dan Implementasi: Menyediakan dukungan langsung dalam penerapan ChatGPT untuk pembuatan konten, termasuk sesi konsultasi dan bimbingan teknis

Pemasaran sangat diperlukan untuk mempromosikan produk yang dihasilkan sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Pada tahap ini dilakukan pelatihan untuk para anggota, terutama anggota pemula yang belum bisa dalam mempromosikan produk yang dijalankan oleh Komunitas UMKM Sukoharjo .

3. Tahap monitoring dan evaluasi.

Evaluasi dan Umpan Balik: Melakukan evaluasi berkala terhadap hasil penerapan teknologi untuk mengukur dampak dan menyesuaikan strategi jika diperlukan.

Pada tahap ini dilakukan dengan menyerahkan soal tes yang harus diisi oleh mitra untuk mengetahui seberapa besar peningkatan kemampuan mitra setelah dilakukan pelatihan. Selain itu, mitra juga harus mengisi kuesioner untuk mengetahui bagaimana respon dari peserta pelatihan.

Hasil Dan Analisa

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diadakan sabtu, 12 oktober 2024

Tempat : Pendopo Bubur Bayi Pandu, Jl. Jetis, RT.2/RW.11, Empat, Ponowaren, Kec. Tawangsari, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah 5756

Hasil kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat ini terlibat dengan banyak atias peserta dalam mengikut pelatihan tersebut.



Peserta terdiri terdapat dari 20 orang terdiri berusia < 40 tahun . 2 orang berusia antara 41-60 tahun 4 orang berusaha antara 51-60 tahun dan 1 orang berusia > 60 tahun

Pembahasan

Kegiatan pengabdian di pendopo bubur bayi pandu peserta sangat semangat belajar AI untuk memarketingkan produk sedang mereka jalankan dengan belajar Ai akan memudahkan dalam dengan materi yang telah ditutorkan oleh bu sri rejeki sangat semangat materi yang disampaikan berupa artificial intelligence merupakan cabang ilmu komputer yang fokus pada pengembangan sistem untuk melakukan tugas yang biasanya memerlukan kecerdasan manusia dengan contoh untuk belajar memahami bahasa, membuat keputusan dan beradaptasi contoh AL: siri, google assistant, amazon alexa, chat pentin AI dalam dunia konten digital efisiensi dan kecepatan, personalisasi, analisis Data, optimasi SEO penghematan biaya Kualitas Konten, dukungan pengambilan keputusan chat GPt bagian dari model oleh Open AI karakteristik , kemampuan genratif teks kontesks memahami dan merespon kotesks penggunaan luas aplikasi penulis kreatif,

Kelebihan chat Gpt tidak perlu mengunduh, tidak berbayarmulti fungsi merencanakan konten, membuat konten mencari informasi rencana pemasaran Dll. Tantangan chat Gpt misalnya keakurantan bahasa informasi keaslian ketergantungan

contoh latihan dalam tutor oleh bu sri rejeki seperti artikel blog tulis artikelblog tentang kopi yang menjelaskan manfaat dan tantangan dalam industri minuman, serta contoh nyata dan tips praktis positng media sosial buat postig untuk instagram yang mempromosikan produk keripik debog dengan fokus pada fitur utamanya. Digunakan gaya santai dan menarik iklan buat teks iklan yang menarik untuk mi organik yang ditunjukan kepada mahasiswa.

Materi telah prestasi kepada ibu sri selalu ketua pelaksana menjelaskan terkait materi yang sedangkan sajikan bu rina, bu Diah , bapak wawan membantu proses



Gambar 3
Proses Tutor Menyampaikan Materi
Memberikan pelatihan berupa latihan



Gambar 4
Contoh materi telah sampaikan Untuk Peserta UMKM

KESIMPULAN

1. Kegiatan ini dapat meningkatkan dalam marketingkan penawaran produk yang telah diproduksi Mengadakan pelatihan dan workshop tentang pemasaran digital yang mencakup pemahaman dasar, penggunaan media sosial, dan cara memanfaatkan alat pemasaran digital, termasuk ChatGPT.
2. Memanfaatkan ChatGPT untuk membantu pelaku UMKM dalam menghasilkan konten pemasaran, seperti deskripsi produk, postingan media sosial, dan kampanye iklan, sehingga mereka dapat lebih fokus pada kreativitas dan inovasi.
3. Memberikan pelatihan tentang cara menggunakan alat otomatisasi pemasaran yang dapat menghemat waktu dan tenaga, serta memberikan panduan dalam pengelolaan sumber daya yang ada.
4. Melalui pelatihan, ajarkan strategi diferensiasi produk dan penggunaan analisis pasar untuk

memahami kebutuhan pelanggan, serta bagaimana menggunakan AI untuk mengidentifikasi tren yang dapat dimanfaatkan dalam pemasaran.

5. Mengajarkan teknik pemasaran digital yang efektif dan penggunaan platform e-commerce, serta strategi kolaborasi dengan pelaku bisnis lain untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] rizaldi dkk, "Mengenal Pemasaran Digital - Google Books," NEM. Accessed: Nov. 01, 2024. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Mengenal_Pemasaran_Digital/WXEJEQAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [2] Brian, "ChatGPT dalam Pendidikan - Google Books," SIEGA. Accessed: Nov. 01, 2024. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/ChatGPT_dalam_Pendidikan/Qpu-EAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [3] Adiningsih, "Transformasi ekonomi berbasis digital di Indonesia - Google Books," PT Gremedia Pustaka utama. Accessed: Nov. 01, 2024. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Transformasi_Ekonomi_Berbasis_Digital_di/8zCyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [4] Tim redaksi majalah, "Dilema Artificial Intelligence - Google Books," Majalah Tebuireng. Accessed: Nov. 01, 2024. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/Dilema_Artificial_Intelligence/J5rMEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [5] Binanga, "BISNIS KULINER : Teori dan Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner - Google Books," PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Accessed: Nov. 02, 2024. [Online]. Available: https://www.google.co.id/books/edition/BISNIS_KULINER_Teori_dan_Strategi_Pengem/h3sZEQAQBAJ?hl=id&gbpv=0