

PEMANFAATAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELEGENCE (AI) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DAN SUSTAINABILITY BISNIS UMKM

Harefaan Arief^{1*}, Chairiel Oktaviar¹, Hasan Nuryadi¹, Eko Tama Putra Saratian¹,
Suzan Bernadetha Stephani¹

¹ Universitas Mercu Buana

Email: harefaan.ariefi@mercubuana.ac.id ^{1*}

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 16 Mei 2024

Revised : 17 Juni 2024

Accepted : 19 Juni 2024

Key words:

Inovasi; Strategi Pemasaran;
Sustainability Bisnis

DOI: 10.62335

ABSTRACT

Artificial intelligence technology is currently growing rapidly over time, but many MSMEs have not fully utilized this technology for the advancement of their businesses. MSME owners think that artificial intelligence or AI technology can only be used by industries that are qualified with technology and creative and digital businesses. MSME'S business owner in the West Jakarta area, especially in Srengseng Village, are observed to still use traditional ways of doing business in the sense that they still do not effectively utilize digital internet technology. So far, the digital technology used by business people is basic digital technology such as offering their products via SMS or social media such as Facebook, Instagram and whatsapp. This is due to the limited knowledge and human resources who are able to manage businesses using digital technology. Based on the problems described above, as an educational institution where universities have a responsibility to the community to provide solutions that will be carried out such as providing training to MSME partner communities in increasing knowledge and literacy as well as increasing skills in more sophisticated digital technology, namely with the use of artificial intelligence or artificial intelligence and helping to ensure the implementation of Artificial Intelligence technology that can be utilized in order to increase innovation both product innovation, promotional innovation so that it will be able to increase sales which ultimately aims at business sustainability (sustainable).

ABSTRAK

Teknologi kecerdasan buatan saat ini berkembang pesat dari waktu ke waktu, namun banyak UMKM yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini untuk kemajuan bisnis mereka. Para pemilik UMKM beranggapan bahwa teknologi kecerdasan buatan atau AI hanya dapat digunakan oleh industri yang mumpuni dengan teknologi serta bisnis kreatif dan digital. Pemilik usaha UMKM di wilayah Jakarta Barat, khususnya di Kelurahan Srengseng, terpantau masih menggunakan cara-cara tradisional dalam berbisnis dalam artian masih belum memanfaatkan teknologi digital internet secara efektif. Selama ini teknologi digital yang digunakan oleh para pelaku usaha adalah

teknologi digital dasar seperti menawarkan produknya melalui SMS atau media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan sumber daya manusia yang mampu mengelola bisnis dengan menggunakan teknologi digital. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan di atas, sebagai lembaga pendidikan dimana perguruan tinggi memiliki tanggung jawab kepada masyarakat untuk memberikan solusi yang akan dilakukan seperti memberikan pelatihan kepada masyarakat mitra UMKM dalam meningkatkan pengetahuan dan literasi serta peningkatan keterampilan dalam teknologi digital yang lebih canggih yaitu dengan pemanfaatan artificial intelligence atau kecerdasan buatan dan membantu memastikan implementasi teknologi Artificial Intelligence yang dapat dimanfaatkan dalam rangka meningkatkan inovasi baik inovasi produk, inovasi promosi sehingga akan dapat meningkatkan penjualan yang pada akhirnya bertujuan untuk keberlanjutan usaha (sustainable).

PENDAHULUAN

Pemerintah terus mendorong peningkatan daya saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini, dengan tujuan agar UMKM dapat menjadi salah satu fondasi utama dalam memajukan perekonomian nasional. Ketahanan usaha ini terbukti kuat dalam menghadapi tantangan krisis ekonomi, karena ditopang oleh sifat mandiri yang dapat diandalkan.

Perkembangan teknologi saat ini mengharuskan seluruh masyarakat untuk bersiap menghadapi tuntutan zaman. Dalam dunia bisnis, dampak perkembangan tersebut semakin terasa. Seiring dengan percepatan konsumsi masyarakat, teknologi menjadi kunci untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penggunaan teknologi informasi, terutama internet, semakin merajalela sebagai sumber informasi yang mudah diakses. Perubahan zaman juga menggeser gaya hidup belanja masyarakat dari yang bersifat konvensional menjadi transaksi *online*, termasuk melalui platform media sosial.

Pengabdian masyarakat ini menitikberatkan pada pemahaman dan peningkatan efisiensi dalam pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah Srengseng, Jakarta Barat. Tujuannya adalah agar penduduk setempat dapat lebih kompeten dan efektif menggunakan teknologi digital dalam memasarkan produk-produk UMKM mereka. Hal ini diperlukan mengingat peran digitalisasi saat ini memiliki dampak yang sangat besar dalam mempromosikan produk UMKM di tengah masyarakat.

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis mendorong pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk mencari solusi guna memudahkan akses produk mereka. Dalam konteks Jakarta Barat, khususnya di Kelurahan Srengseng, terlihat bahwa banyak warga yang mengelola usaha rumahan, namun memiliki pemahaman yang terbatas terkait strategi promosi yang efektif melalui teknologi Internet. Sejalan dengan kemajuan pesat teknologi internet, terdapat pula keberadaan teknologi kecerdasan buatan atau *artificial intelligence* (AI). Oleh karena itu, kami terdorong untuk berbagi pengetahuan mengenai pemanfaatan teknologi AI guna mendukung promosi dan pemasaran produk. Harapannya, hal ini dapat membuka wawasan dan menginspirasi pemilik usaha untuk melakukan inovasi dalam strategi pemasaran, sehingga usaha mereka dapat bertahan dan terus berkembang.

Agar dapat tetap bersaing dalam dunia bisnis, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) perlu memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan perangkat digital dan internet (Purwana et al., 2017) .

Keberadaan internet telah mengubah dasar-dasar pemasaran dari model tradisional menjadi digital marketing. Digital marketing menjadi kunci utama dalam menentukan kesuksesan suatu bisnis. Hal ini disebabkan karena penerapan digital marketing memungkinkan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memantau perilaku pelanggan secara langsung. Produk baru yang diluncurkan melalui internet dapat dengan cepat diketahui jangkauan, keterlibatan, dan konversinya. Dengan demikian, UMKM dapat lebih memahami kebutuhan pelanggan secara akurat (Gurmeet Kaur, 2017). Melalui kemudahan yang diberikan oleh internet, jumlah pengguna internet terus meningkat. Lonjakan ini menjadi peluang baru bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai platform yang ideal untuk memasarkan produk mereka.

Pengusaha UMKM dapat melakukan observasi dan menganalisis kondisi bisnis saat ini serta dapat melakukan prediksi terhadap perkembangan bisnisnya di masa datang dalam konteks ini, *artificial intelligence* atau kecerdasan buatan dapat menjadi salah satu alat bantu yang sangat penting (Robby Alexander Chandra & Budi Tjahjono, 2023).

Perkembangan teknologi digital menawarkan berbagai solusi, dan pelaku bisnis perlu memiliki kemampuan untuk secara pragmatis menentukan inovasi teknologi digital dengan tujuan mengurangi risiko yang ada (Harefaan Arief, 2022). Dengan demikian, kehadiran kecerdasan buatan (AI) akan mengubah ekosistem bisnis dan memperbarui hubungan antara perusahaan dan pelanggan di masa depan, menuju perbaikan yang lebih baik. Sebagai contoh, penggunaan AI dapat melibatkan analisis waktu yang optimal bagi perusahaan untuk mempublikasikan konten seperti berita dan video promosi produk/jasa, meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran.

Menurut hasil penelitian Deloitte Access Economics pada tahun 2015, UKM yang menggunakan teknologi digital telah berhasil berinovasi, dan bisnis online sebanyak 17 kali lebih efektif dalam mengimplementasikan perubahan signifikan dalam model bisnis mereka. Menjadi krusial, terutama apabila pelaku usaha atau UMKM berkeinginan untuk terlibat dalam kegiatan pemasaran secara digital (Susanti et al., 2020). Meskipun ini menjadi tantangan bagi pelaku UMKM, namun pada saat yang sama, memberikan peluang yang menjanjikan bagi UMKM di Indonesia.

Menurut riset terbaru perusahaan Mekari yang berjudul "Artificial Intelligence Adoption Readiness of Businesses in Indonesia", Indonesia memiliki potensi untuk mengadopsi kecerdasan buatan (AI) sebanyak 62 persen dalam dunia bisnis. Riset ini menggunakan tiga level untuk mengukur kesiapan perusahaan dalam mengadopsi teknologi AI.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan adalah dengan pelatihan dan penyuluhan interaktif, Adapun kegiatan terbagi beberapa tahap sebagai berikut:

1. Tahap Analisis Kebutuhan:

Berdasarkan diskusi dan observasi terhadap mitra UMKM diketahui sangat membutuhkan program ini dikarenakan beberapa hal berikut:

- a. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman mitra UMKM mengenai teknologi digital berbasis kecerdasan buatan/artificial intelligence (AI) dalam membantu meningkatkan Bisnis mereka.
- b. Kemampuan SDM pelaku UMKM yang dirasakan sangat kurang untuk mengimplementasikan atau menerapkan teknologi digital berbasis AI dalam kegiatan bisnis terutama untuk promosi dan strategi marketing.

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam berbagai cara sebagai berikut:

- a. Pemaparan oleh tim dosen pengabdian mengenai pentingnya penggunaan teknologi digital berbasis AI terkait dengan bisnis UMKM guna membantu meningkatkan bisnis mereka.
- b. Implementasi dan ppraktek bagaimana menggunakan teknologi AI seperti aplikasi ChatGpt yang bisa digunakan untuk memberikan informasi tentang *trend* pasar dan memberikan saran tentang pesan iklan yang menarik,
- c. Implementasi penggunaan Aplikasi Dell.E yang dapat digunakan UMKM untuk membuat gambar produk yang unik.
- d. Implementasi menggunakan Pebblely.com yang dapat digunakan untuk membuat foto produk menjadi lebih indah dan menarik.

3. Partisipasi Mitra

Mitra UMKM adalah kelompok masyarakat yang memiliki usaha atau bisnis dalam skala menengah dan kecil di wilayah Srengseng, Kembangan Jakarta Barat. Mitra UMKM berpartisipasi mengikuti arahan serta mendukung seluruh kegiatan pengabdian Masyarakat yang dilakukan TIM. Mitra UMKM wajib mengikuti penyuluhan, pembelajaran, pelatihan, praktek serta implementasi penggunaan aplikasi *artificial intelligence* ChatGpt yang bisa digunakan untuk memberikan informasi tentang trend pasar dan memberikan saran tentang pesan iklan yang menarik, penggunaan Aplikasi Dell.E yang dapat digunakan UMKM untuk membuat gambar produk yang unik.

4. Tahap Evaluasi

Pada tahap ini dilakukan dengan bantuan mahasiswa yaitu dengan cara memberikan kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan tentang kegiatan yang telah dilakukan terkait teknologi digital yang bisa dimanfaatkan oleh mitra UMKM. Adapun tahap evaluasi dikatakan berhasil jika:

- a. Mitra memahami modul dan praktek yang telah di berikan oleh Tim PkM
- b. Mitra dapat mengimplementasikan teknologi digital dengan aplikasi AI ke dalam kegiatan usahanya
- c. Mitra puas terhadap kegiatan Pengabdian Masyarakat dan terus melakukan kerjasama agar mitra dapat terus menerima manfaat dari kegiatan ini
- d. Keberlanjutan Program

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknologi kecerdasan buatan saat ini sangat berkembang pesat seiring berjalannya waktu, namun banyak UMKM yang sepenuhnya belum memanfaatkan teknologi ini untuk kemajuan usahanya. Pelaku UMKM beranggapan teknologi kecerdasan buatan atau AI hanya bisa digunakan oleh industri yang syarat dengan teknologi serta usaha-usaha kreatif dan digital.

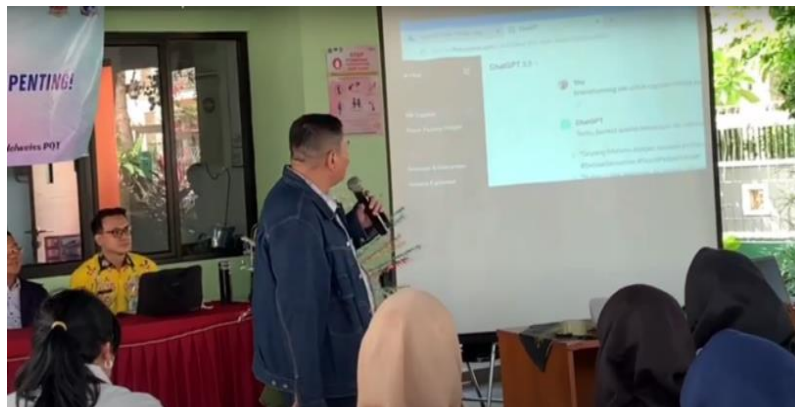
Untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi UMKM kelurahan Srengseng yaitu permasalahan bagaimana pemasaran produk. Kegiatan pengabdian ini mencoba memberikan pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan dapat digunakan untuk membantu meningkatkan usaha mereka terutama pada kegiatan marketing produk.

Setelah melaksanakan kegiatan PPM ini, pengusaha UMKM kini memiliki pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang penggunaan teknologi kecerdasan

buatan/*artificial intelegence* dalam proses perancangan dan pemasaran produk mereka. Berikut adalah rangkaian visualisasi kegiatan PPM yang telah dilakukan.

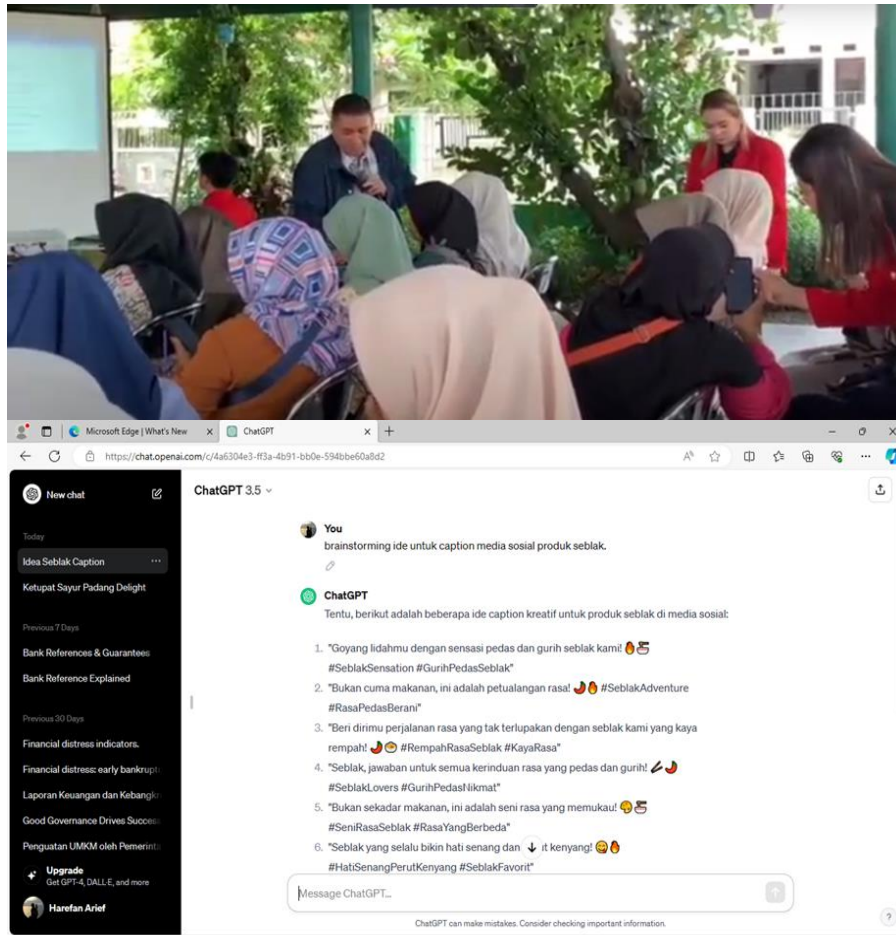


Gambar1 Pembukaan acara PKM di Kelurahan Srengseng Jakarta Barat



Gambar 2 – Pengenalan Web *Artificial Intelegence* – ChatGPT

Para peserta kegiatan juga diperkenalkan kepada kemajuan teknologi kecerdasan buatan (AI) yang digunakan untuk membuat konten-konten promosi pemasaran seperti pengenalan aplikasi ChatGpt yang dapat digunakan untuk memberikan ide-ide bahasa pemasaran yang menarik (*copywriting*) yang dapat digunakan atau ide "*caption*" Pemasaran serta penggunaan hastag (#) yang nantinya dapat digunakan untuk pemasaran produk yang akan di upload ke Media sosial.



Gambar 3. Foto praktek dari penggunaan Chatgpt untuk ide caption media sosial untuk produk seblak

Berikutnya para peserta pengusaha UMKM juga diperkenalkan dengan aplikasi kecerdasan buatan lainnya yaitu Pebblely.ai. Aplikasi ini sangat membantu UMKM dalam pembuatan foto-foto produk agar terlihat lebih indah dengan peralatan yang sederhana seperti HP sehingga dengan menggunakan aplikasi ini hasil foto akan terlihat seperti foto produk yang dibuat secara profesional.

Berikut Tampilan Website Pebblely.ai



Gambar 4. Pemberian Materi mengenai AI aplikasi Pebblely.ai

Pada akhirnya para Peserta UMKM juga mendapatkan pemahaman tambahan yang komprehensif tentang strategi pemasaran digital yang dapat meningkatkan profit penjualan melalui beragam kanal digital, termasuk media sosial serta platform-platform lainnya seperti Tiktok Shop serta Youtube-short.

SIMPULAN

Perkembangan Teknologi yang terus menerus semakin maju, penggunaan Kecerdasan buatan atau AI akan semakin penting. Penggunaan AI ini tidak hanya dapat digunakan untuk industri kreatif dan digital bahkan penggunaannya saat ini dapat digunakan untuk membantu Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Ada beberapa manfaat yang dapat disimpulkan dari hasil kegiatan PPM ini diantaranya sebagai berikut:

1. Membantu dalam memberikan ide-ide kreatif dalam Strategi Pemasaran melalui Media Sosial.
2. Membantu memberikan mengenai saran tentang ide-ide pesan iklan dan promosi dalam hal kampanye pemasaran.
3. Membantu dalam membuat gambar atau foto-foto produk yang unik dan menarik.
4. Membantu dalam meningkatkan penjualan.
5. Menghemat Waktu dan Biaya dalam Strategi Pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Gurneet Kaur. (2017). THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING IN THE TOURISM INDUSTRY. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 72–77.
- Harefaan Arief. (2022). URBAN FARMING MICRO-ENTREPREUNER AND DIGITAL MARKETING. *ICCD*, 4(1), 54–58.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1–17.
<https://doi.org/10.21009/JPMM.001.1.01>
- Robby Alexander Chandra, & Budi Tjahjono. (2023). STRATEGI DASAR MEMBANGUN BISNIS UMKM INDONESIA DENGAN ARTIFICIAL INTELEGEN SEBAGAI AKSELERASI. *JOURNAL OF ADVANCES IN DIGITAL BUSINESS AND ENTREPRENEURSHIP*, 2(01), 1–9.
- Susanti, S., Gunawan, W., & Sukaesih, S. (2020). PENGEMBANGAN PEMASARAN BORDIR DAN KELOM GEULIS TASIKMALAYA MELALUI MEDIA SOSIAL. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 248.
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i3.25256>