JURNAL ABDI INSANI
Volume 11, Nomor 4, Desember 2024
http://abdiinsani.unram.ac.id. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321

PENGUATAN STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN PLATFPROM DIGITAL BERBASIS *ARTIFICIAL INTELLEGENCE* (AI) PADA UMKM INDUSTRI KREATIF DI KELURAHAN TELADAN KECAMATAN TOBOALI

Strengthening Marketing Strategies Using Digital Platforms Based On Artificial Intelligence (Ai) In Creative Industry Umkm In Teladan Village, Toboali District

Reniati Reniati[1*], Abu Nizarudin[2], Alim Bahri[3]

[1]Program Studi Magister Manajemen Universitas Bangka Belitung, [2]Program Studi Akuntansi Universitas Bangka Belitung, [3]Program Studi Bisnis Digital Universitas Bangka Belitung

[*]Alamat Korespondensi: r3ni4ti@gmail.com

(Tanggal Submission: 17 September 2024, Tanggal Accepted : 17 Oktober 2024)

Kata Kunci :

Strategi Pemasaran, UMKM Industri Kreatif, Artificial Intelligence, Platform Digital

Abstrak :

UMKM Industri Kreatif (Ikraf) memiliki peranan yang sangat strategis dalam perekonomian era digital. Literasi digital para pelaku UMKM Ikraf saat ini masih rendah. Apalagi terkait dengan kemampuan menggunakan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) yang makin meningkat peranannya didalam bisnis terutama untuk memperkuat strategi pemasarannya sehingga mereka mampu *Go Digital* dan *Go Export.* Program ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi baik baik itu *knowledge, skill* dan *attitude* pemanfaatan *Artificial Intelligence* di dalam strategi pemasarannya para pelaku UMKM Ikraf di kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan. Pengabdian ini bekerja sama dengan Kelurahan Teladan yang memiliki 15 UMKM Ikraf yang potensial untuk naik kelas. Pelaksanaan kegiatan ini masih berlangsung selama dari tanggal 15 Maret 2024 hingga tanggal 15 Oktober 2024. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan melakukan survey, pemberian materi terkait literasi digital dan pemanfaatan AI serta peluang ekspor. Selanjutnya dilakukan pendampingan dan juga kegiatan pelatihan.

Key word :

Marketing Strategy, Creative Industry UMKM, Artificial Intelligence, Digital Platform

Abstract :

Creative Industry MSMEs (Ikraf) have a very strategic role in the digital era economy. The digital literacy of Ikraf MSME actors is currently still low. Especially related to the ability to use Artificial Intelligence (AI) technology which is increasingly playing a role in business, especially to strengthen their marketing strategies so that they are able to Go Digital and Go Export. This program aims to improve the competence of both knowledge, skills and attitude in utilizing Artificial Intelligence in the marketing strategies of Ikraf

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

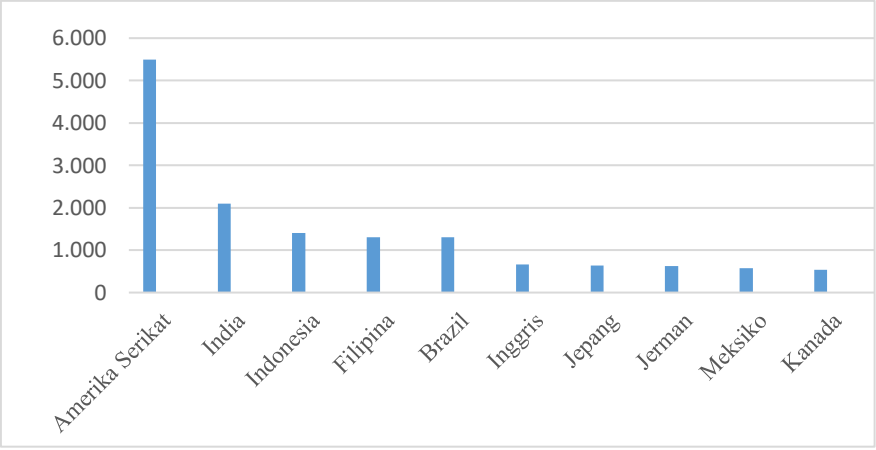
MSME actors in Teladan Village, Toboali District, South Bangka Regency. This service is in collaboration with Teladan Village which has 15 Ikraf MSMEs that have the potential to move up a class. The implementation of this activity is still ongoing from March 15, 2024 to October 15, 2024. The implementation of community service activities is carried out by conducting surveys, providing materials related to digital literacy and the use of AI and export opportunities. Furthermore, mentoring and Training are also carried out.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Reniati, R., Nizarudin, A., & Bahri, A. (2024). Penguatan Strategi Pemasaran Menggunakan Platfprom Digital Berbasis Artificial Intellegence (Ai) Pada Umkm Industri Kreatif Di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali. *Jurnal Abdi Insani, 11(4), 1987-1999*. https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i4.1974

PENDAHULUAN

Di era digital ini, *Artificial Intelligence* (AI) memiliki potensi cenderung membentuk kembali persaingan dan memberikan manfaat ekonomi yang luar biasa (Chen *et al*., 2021). Oleh karena itu, menumbuhkan literasi *Artificial Intelligence* (AI) di kalangan masyarakat adalah hal yang relevan dengan kesejahteraan daerah (Kong *et al*., 2022). *Artificial Intelligence* (AI) adalah kemampuan mesin untuk menjalankan fungsi kognitif yang kita kaitkan dengan pikiran manusia, seperti mempersepsi, menalar, belajar, berinteraksi dengan lingkungan, memecahkan masalah, mengambil keputusan, dan bahkan menunjukkan kreativitas (Brendel *et al*., 2021). Data mengakses aplikasi *Artificial Intelligence* dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut.



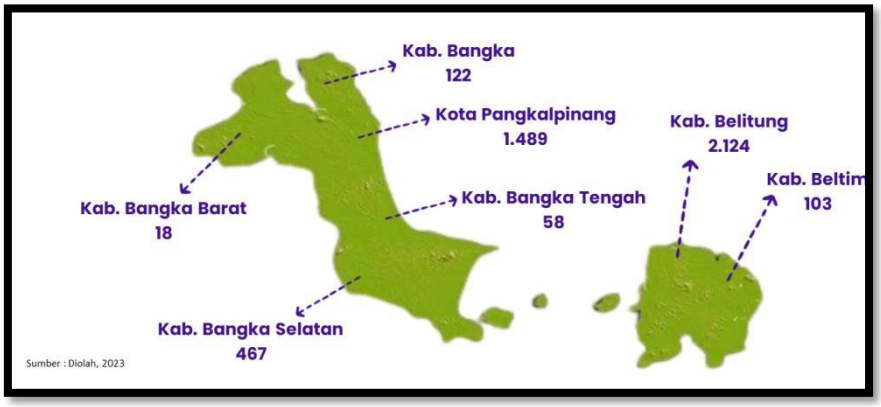
Gambar 1. Data Mengakses Aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) di Dunia
Sumber: Katadata, 2024

Saat ini, digitalisasi menawarkan peluang luar biasa bagi banyak organisasi berbeda, termasuk UMKM. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM, khususnya yang berada di negara-negara kurang berkembang, kekurangan sumber daya dan kemampuan yang menghalangi perusahaan-perusahaan tersebut untuk sepenuhnya memanfaatkan teknologi ini. Dalam lingkungan ini, kemampuan analisis data besar (BDAC) berperan penting dalam membuat inovasi UMKM menjadi lebih efektif dengan mencocokkan kebutuhan pelanggan dengan desain produk dan layanan (Bhatti *et al*., 2022).

Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung UMKM Ikraf ada 4.381 unit. Untuk Kabupaten Bangka Selatan menempati posisi ketiga dari keseluruhan total UMKM. Bangka Selatan sendiri memiliki tantangan untuk meningkatkan jumlah UMKM Ikraf masuk kedalam ekosistem digital, sedangkan kompetensi para pelaku UMKM Ikraf masih sangat terbatas terutama dalam strategi pemasaran dengan memanfaatkan teknologi AI di *platform digital.*

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

Data sebaran pelaku UMKM Ikraf di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1. Data UMKM Ekonomi Kreatif Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Tahun 2023
Sumber: Dokumen UMKM dan Ikraf Babel, 2023

UMKM Ikraf perlu menggunakan bantuan teknologi inovatif salah satunya yaitu penggunaan Aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) terutama untuk menguatkan strategi pemasaran dengan promosi yang baik dan selain itu juga untuk mempercepat proses komunikasi guna mempertahankan ketahan rantai pasokan (Chatterjee *et al*., 2022). Sebagian besar UMKM memiliki tingkat kematangan digitalisasi yang jauh lebih rendah dibandingkan perusahaan multinasional sehingga wawasan tentang digitalisasi terlalu mendasar dan stagnan (Oldemeyer et al., 2024)

Faktanya, bagi UMKM yang sebagian besar literatur digital tidak membahas dampak dan potensi teknologi baru terhadap operasional UMKM karena keterbatasan sumber daya, UMKM tak henti-hentinya mencari teknik agar bisa kompetitif dan menguntungkan dan lebih memperluas jaringan untuk mempromosikan barang/jasa yang dimiliki para UMKM (Bhatti *et al*., 2022). Sehingga pengabdian ini dalam pendampingan untuk memperkuat strategi pemasaran UMKM menggunakan Aplikasi *Artificial Intellegence* (AI) untuk mempermudah ide pembuatan konten di media sosial dan memprediksi usaha untuk lebih baik.

Diketahui bahwa jumlah penduduk Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan Tahun 2024 adalah 15.061 dengan jumlah pelaku UMKM Industri Kreatif yang telah memiliki kemampuan untuk menjual produknya ke liar daerah dan ekspor sebanyak 15 UMKM seperti yang tertera dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1. UMKM Industri Kreatif Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Bangka Selatan

No	Nama UMKM	Nama Pemilik
1.	Toko Kue Dapur Leni	Leni Lastari
2.	Snack 88	Juliani
3.	Getas Rizky Sahir	Jumika Sahir
4.	Batik Habangka	Rendi
5.	Terasi Bang Dodot	Dodot
6.	Ampiang Linda	Linda
7.	Kericu Udang Argadel	Mak Cik
8.	Getas Lilya	Lilya

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

No	Nama UMKM	Nama Pemilik
9.	Terasi Nilma	Nilma
10.	Kemplang Maya	Maya
11.	Penjahit Pakaian	Ella
12.	Seblak	Sutri
13.	Churos	Ririn Agustian
14.	Raja Pisang	Annisa
15.	Terasi Kelakak dan Makonchi	Pebriansyah

Sumber: (Kelurahan Teladan, 2024)

Bedasarkan hasil survey dan juga penelitian yang sudah di laksanakan oleh Tim Pengabdi, maka dilakukanlah penguatan strategi pemasaran menggunakan platform digital berbasis AI pada UMKM Ikraf di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan. Berikut foto hasil survey ke Dinas Pariwisata dan Olahraga di Kabupaten Bangka Selatan. Kemudian survey yang dilakukan ke Kantor Kelurahan Teladan kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan dapat dilihat dari Gambar 3 berikut.

Gambar 3. Hasil Survey Tim Pengabdi
Sumber: Dokumen Pengabdi, 2024

Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan memiliki Visi "Membangun Peradaban Untuk Kesejahteraan Dalam Rangka Mewujudkan Lingkungan Yang Berwibawa Cerdas " sehingga misinya (1) Peningkatan Sumber Daya Aparatur, (2) Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia (3) Peningkatan Etika dan Norma, Masyarakat dan (4) Pemberdayaan Masyarakat. Untuk menerapkan misi ke empat yaitu pemberdayaan masyarakat, maka pengabdian ini sangat relevan

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

untuk melaksanakan pemberdayaan masyarakat dalam rangka penguatam strategi pemasaran menggunakan platform digital berbasis artificial intelligence (AI) pada UMKM Industri Kreatif di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali.

UMKM Industri Kreatif di kabupaten Bangka Selatan, khususnya di daerah Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali memiliki potensi dalam meningkatkan perekonomian. Gambaran permasalahan secara umum memiliki keterbatasan pengetahuan, kreatifitas dan inovasi mengenai pemasaran produk UMKM Ikraf dalam pemasaran digital dan menembus pasar global dapat dilihat pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Permasalahan yang dihadapi UMKM Indutsri Kreatif Kab. Bangka Selatan

No.	Aspek	Permasalahan
1.	Penjualan Menurun	Penjualan menurun karena masih berfokus pada penjualan secara *offline* dan belum mengoptimalkan penjualan secara *Online*
2.	Literasi Digital Rendah	Keterbatasan pengetahuan dalam menggunakan Aplikasi *Artificial Intelligence (*AI) sebagai *tools* yang mempermudah membuat konten dalam strategi pemasaran digital.
3.	Strategi Pemasaran	Kurangnya knowledge, skill dan ability dalam literasi digital untuk memasarkan produk-produknya sehingga kinerja bisnisnya kurang optimal.

Sumber: Hasil Survei, 2024

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital pengetahuan dan pemahaman terhadap pelaku UMKM yang terkendala masih minimnya pengetahuan terhadap Aplikasi *Artificial Intelligence (*AI). Potensi pemanfaatan Aplikasi *Artificial Intelligence (*AI) ini mengharuskan pelaku UMKM untuk melek teknologi, oleh karena itu diperlukan sosialisasi untuk marketing dan pelatihan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi tersebut.

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pemanfaatan digital dan marketing diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman serta dapat menginspirasi pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi internet dan jejaring sosial sebagai alat untuk menjalankan serta pemasaran produk bisnisnya. Sehingga bisa mempermudah dalam pembuatan laporan dan analisis keuangan dari waktu ke waktu. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini kami dapat memberikan sumbangsih pemikiran mengenai ilmu dan keterampilan dalam membenahi dan melaksanakan kegiatan bisnisnya.

METODE KEGIATAN

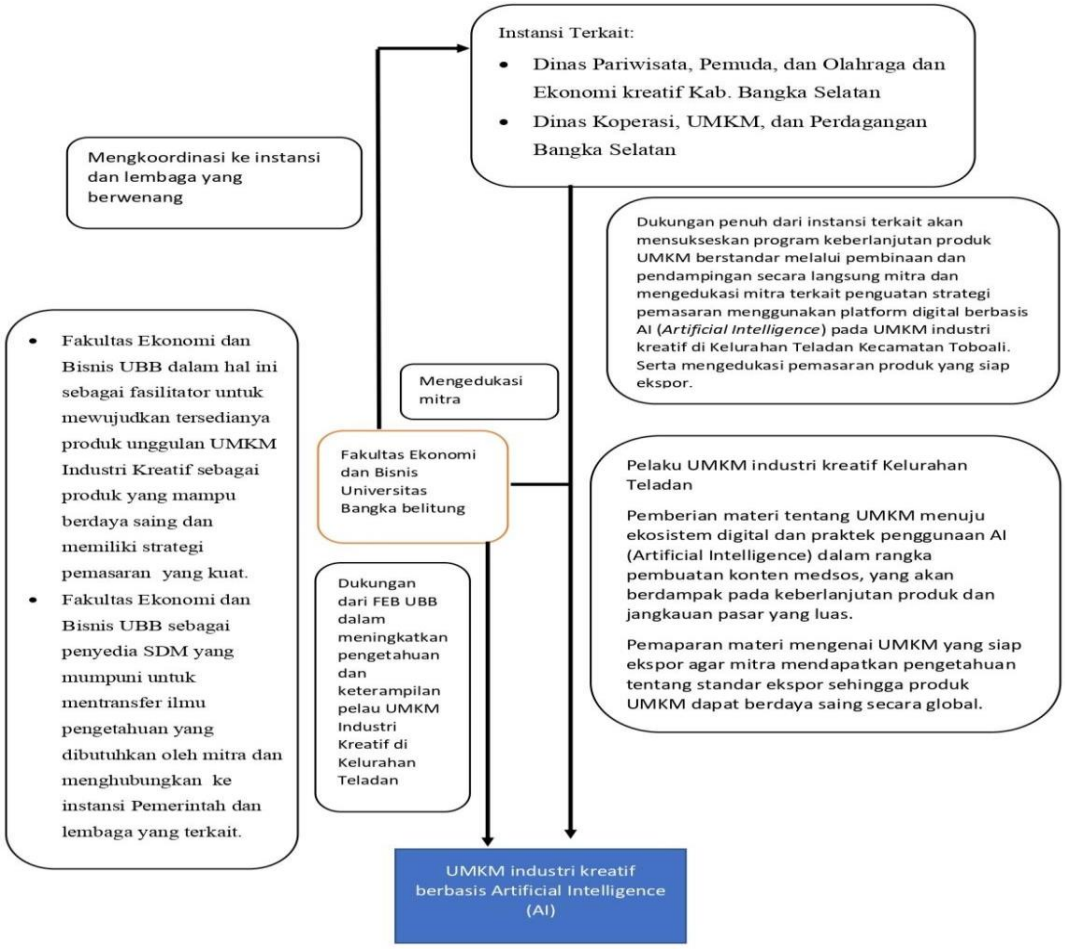
Program sosialisasi dan bimbingan teknis ini dilakukan dengan cara melakukan kerjasama dengan Bank Indonesia Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pangkalpinang, NIMEDIA, PPUMI Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, ISEI Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dan LPPA Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Program ini melibatkan dosen dan Mahasiswa di Universitas Bangka Belitung, Kelurahan Teladan dan beberapa mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Bangka Belitung sebagai pendamping (*buddy*).

Dalam melakukan diskusi, tim menawarkan program sosialisasi dan pendampingan sehubungan dengan persyaratan untuk menjalankan program dan mendapatkan dana pengabdian masyarakat (PMTF). Tim pengabdian masyarakat juga menjelaskan beberapa target luaran dari kegiatan ini baik

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

untuk pendampingan maupun pemberdayaan usaha seperti strategi digital dalam aspek keuangan dan pemasaran produk.

Setelah melakukan diskusi mengenai permasalahan kelompok sasaran dan target yang hendak dicapai, maka Tim melakukan penyesuaian pembobotan materi dengan narasumber dan memberikan beberapa rincian khusus di kegiatan sosialisasi dan pendampingan sehingga masyarakat mendapatkan manfaat yang optimal. Program pemberdayaan dilakukan *coaching* pembuatan konten-konten Pemasaran dan Pembukaan Digital untuk meningkatkan pangsa pasar dan omset penjualan serta meningkatkan pengembangan UMKM tersebut. Berikut disajikan dalam Gambar 4 di bawah ini.



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Pengabdian
Sumber : Dokumen Tim Pengabdi, 2024

Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung selama dari tanggal 15 Maret 2024 hingga tanggal 15 Oktober 2024. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat sudah dilaksanakan dimana terdiri dari kegiatan Survei yang dilakukan sebanyak 5 kali yaitu ke Lokasi Pengabdian. Beberapa hal yang sudah dilakukan diantaranya :

1. Survei awal untuk memetakan masalah terkait literasi digital dan penguatan ekspor.
2. Pemaparan materi tentang UMKM menuju ekosistem digital dan praktek *Artificial Intellegence* (AI) dalam rangka membuat konten di media sosial.
3. Pemaparan materi UMKM Go Ekspor
4. Kunjungan ke lokasi UMKM Binaan
5. FGD *Stakeholder* Kelurahan dan Dinas terkait untuk meningkatkan Penguatan Strategi Pemasaran Menggunakan Platform Digital Berbasis *Artificial Intellegence* (AI) pada UMKM Industri Kreatif Di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

Metode pelaksanaan dalam pendampingan UMKM berbasis *Artificial Intellegence* (AI) dilaksanakan dengan dua tahap, yaitu :

1. Observasi Lapangan

   Pada tahap ini, tim melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui bagaimana proses bisnis berlangsung, dari mulai pemilihan bahan baku, proses pembuatan, pengemasan, hingga bagaimana produk tersebut didistribusikan.

2. Wawancara

   Wawancara dengan pemilik usaha bertujuan untuk mengetahui permasalahan-permasalahan yang dihadapi secara lebih detail sekaligus memberikan rekomendasi untuk pengembangan bisnis ke depan.

Dari dua tahap pelaksanaan pendampingan tersebut, tim menemukan permasalahan-permasalahan yang terbagi atas tiga aspek berikut ini:

1. Permasalahan Produksi

a. Rendahnya kreativitas dan inovasi para UMKM
b. Pengetahuan terkait ekspor yang rendah
c. Kompetensi pelaku UMKM dibidang digital
d. Skill AI sangat terbatas
e. Pemanfaatan AI dalam

2. Permasalahan Manajemen Keuangan

   Dari hasil observasi dan wawancara di lapangan, ditemukan adanya permasalahan manajemen keuangan yaitu pembukuan administrasi keuangan. Saat dilakukan wawancara, pemilik mengaku tidak mengetahui secara detail bagaimana mengelola arus kas di dalam perusahaan. Kebutuhan keuangan perusahaan ternyata tidak dipisahkan kebutuhan keuangan pribadi. Sehingga, menurut pemilik laba perusahaan pun tidak dapat diperhitungkan secara pasti. Asal dapat membiayai produksi pesanan, dan dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, berarti kondisi keuangan perusahaan masih sehat. Hal ini harus menjadi perhatian serius karena dengan manajemen keuangan "tradisional" seperti ini sangat berisiko bagi kelangsungan perusahaan ke depan. Seharusnya, dilakukan pemisahan antara keuangan perusahaan dan juga keuangan pribadi.

3. Permasalahan Pemasaran

   Permasalahan pemasaran dalam usaha ini sebenarnya lebih menitik beratkan pada bagaimana memaksimalkan profit dengan cara mendapatkan direct costumer. Selama ini kurang adanya usaha melakukan kegiatan periklanan lewat berbagai media seperti media cetak, elektronik, maupun secara online (web, media sosial, online shop) untuk *brand activation* dan meningkatkan *brand awareness*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tema Kegiatan " Penguatan Strategi Pemasaran Menggunakan Platform DigitAaalll Berbasis ArtificiaL Intelligence (AI) Pada UMKM Inkraf di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali".

Tempat Pelaksanaan

Hari : Rabu
Tanggal : 17 Juli 2024
Waktu : 08.00 WIB s.d. 13.00 WIB
Tempat : Aula Kecamatan Toboali Kab. Bangka Selatan
Peserta : UMKM Industri Kreatif Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali

Pada Tanggal 17 Juli 2024 telah diselenggarakan kegiatan Pelatihan Penguatan Strategi Pemasaran UMKM. Pelatihan Penguatan Strategi Pemasaran UMKM adalah salah satu dari serangkaian kegiatan

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

pengabdian masyarakat tingkat fakultas yang dilakukan oleh tim dosen pengabdi. Tujuan Pelatihan dalam rangka Penguatan Strategi UMKM kepada UMKM yang berorientasi Digital Platform dengan tema "Penguatan Strategi Pemasaran Menggunakan Platform Digital Berbasis *Artificial Intellegence* (AI) Pada UMKM Industri Kreatif di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali" adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan literasi digital pengetahuan dan pemahaman terhadap pelaku UMKM yang terkendala masih minimnya pengetahuan terhadap Aplikasi *Artificial Intelligence (*AI).
2. Mendorong Peningkatan Keterampilan dalam melihat peluang pemasaran secara digital sehingga tidak ketinggalan tren konten.
3. Mengenalkan dan Menerapkan Teknologi Digital dalam Pemasaran. Tujuan ini adalah untuk memperkenalkan teknologi digital, khususnya dalam digital marketing dan penggunaan video iklan, agar UMKM dapat memanfaatkannya untuk meningkatkan kehadiran online dan promosi produk dengan lebih efektif.
4. Memahami dan Memanfaatkan Teknologi AI dalam peningkatan efisiensi dan keunggulan produk UMKM. Dengan tujuan ini, para peserta akan belajar mengenai optimasi ChatGPT dalam mendukung kelancaran pembuatan proposal UMKM.
5. Meningkatkan Keterampilan dalam Penyusunan Proposal Bisnis. Tujuan ini adalah untuk membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menyusun *business proposal* yang efektif, sehingga dapat meningkatkan peluang UMKM dalam mendapatkan pendanaan atau dukungan bisnis.
6. Memperkenalkan cara pembukuan produk UMKM yang efektif dengan tujuan mempermudah pelaku UMKM melihat keuntungan dan kerugian sehingga kegiatan administrasi pelaku UMKM terbantu.

Kegiatan Sosialisasi dan Pelatihan dilaksanakan dengan melakukan absensi manual pelaku UMKM dan sambutan sekaligus pembukaan acara yang dapat dilihat pada Gambar 5 dan 6 berikut ini.

Gambar 5. Absensi Pelaku UMKM Ikraf Kelurahan Teladan
Sumber : Dokumen Tim Pengabdi, 2024

Gambar 6. Absensi Pelaku UMKM Ikraf Kelurahan Teladan
Sumber : Dokumen Tim Pengabdi, 2024

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

Beberapa kegiatan yang dilakukan sebagai berikut :

1. **Sosialisasi Motivasi Pelaku Bisnis UMKM Industri Kreatif Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali**

   Sosialisasi Motivasi Pelaku Bisnis UMKM Industri Kreatif Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali adalah program sosialisasi yang disampaikan untuk memberikan motivasi para pemilik bisnis UMKM Kelurahan Teladan dalam meningkatkan kreasi produk dan kualitas produk UMKM kedepan. Tujuan dari pemberian sosialisasi ini agar pelaku bisnis industri kreatif UMKM di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali dapat mengembangkan bisnis secara inovatif dan kreatif sehingga dapat menarik konsumen membeli produk UMKM. Dan meningkatkan semangat pelaku bisnis UMKM untuk terus berproduksi dan meningkatkan kualitas produk agar dapat meningkatkan daya saing dan peluang bisnis mereka di pasar nasional. Peserta mendapatkan motivasi dalam meningkatkan kualitas produk UMKM yang dipandu oleh Kepala Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Kabupaten Bangka Selatan, Siswoyo. Sosialisasi profil UMKM Kab. Bangka Selatan dapat dilihat pada Gambar 7 berikut.

Gambar 7. Sosialisasi profil UMKM Kab. Bangka Selatan
Sumber : Dokumen Tim Pengabdi, 2024

2. **Sosialisasi Profil UMKM di Kabupaten Bangka Selatan**

Sosialisasi Profil UMKM di Kabupaten Bangka Selatan adalah program sosialisasi yang disampaikan untuk membantu para pemilik bisnis UMKM meningkatkan pengetahuan bagaimana kondisi UMKM di sekitar dan mengetahui peluang pasar secara internal. Tujuan dari pemberian sosialisasi ini agar pelaku bisnis industri kreatif UMKM di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali dapat mengetahui kondisi dan perkembangan profil UMKM di Kabupaten Bangka Selatan sehingga dapat meningkatkan daya saing dan peluang bisnis mereka di pasar nasional. Peserta mendapatkan gambaran profil bisnis UMKM di Kabupaten Bangka Selatan dan dipandu oleh Kepala Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah Perindustrian dan Perdagangan (DKUMINDAG) Kabupaten Bangka Selatan, Rama Karna Maulana, dan dilanjutkan dengan sesi penyerahan sertifikat kepada pemateri dapat dilihat pada Gambar 8 dan 9 berikut.

Gambar 8. Sosialisasi Profil UMKM Kab. Bangka Selatan
Sumber : Dokumen Tim Pengabdi, 2024

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

Gambar 9. Penyerahan Sertifikat
Sumber : Dokumen Tim Pengabdi, 2024

3. Pelatihan Pembukuan UMKM

Pelatihan pembukuan UMKM ini adalah kerja sama Pemerintahan Kabupaten Bangka Selatan dengan Universitas Bangka Belitung. Tujuan pelatihan pembukuan UMKM agar pelaku bisnis UMKM Industri Kreatif di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali mempunyai pencatatan transaksi keuangan yang tertata yang meliputi transaksi pembelian, penjualan, pengeluaran dan pemasukan sehingga dapat mengetahui progres usaha atau bisnis yang dilakukan, dapat mengontrol biaya yang dikeluarkan dalam operasional usaha, dapat mengetahui utang piutang dengan mudah, dapat meminimalkan rIsiko kehilangan aset, produk, atau uang dan dapat memudahkan pembuatan pelaporan pajak. Program pelatihan pembukuan UMKM ini ditujukan untuk membantu pelaku UMKM Industri Kreatif memahami dan menerapkan cara pembukuan yang efektif pada bisnis mereka. Pemateri program pelatihan ini adalah Dr. Abu Nizarudin, S.T., M.Si., Ak ., CA. yang disajikan pada Gambar 10 berikut.

Gambar 10. Pelatihan Pembukuan UMKM
Sumber: Dokumen Tim Pengabdi, 2024

4. Pelatihan Digital Marketing dan Pemanfaatan AI dalam Pemasaran Produk UMKM

Pelatihan Pemanfaatan AI dalam pemasaran Produk UMKM ini adalah kerja sama Pemerintahan Kabupaten Bangka Selatan dengan Universitas Bangka Belitung. Tujuan pelatihan Digital Marketing dan Pemanfaatan AI dalam Pemasaran Produk UMKM agar pelaku UMKM mempunyai kompetensi membangun konsep dasar terkait pemasaran produk UMKM yang dihasilkan agar memudahkan interaksi dengan pembeli/pelanggan dan terbantu oleh Penggunaan AI. Pelatihan ini dikhususkan untuk pemasaran dilakukan melalui marketplace, sosial media (instagram, tiktok, facebook, dll). Pelaku UMKM dapat terhubung dengan

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

pembeli/pelanggan kapan saja dan di mana saja secara online. Pelatihan Pemasaran melalui Platform Digital oleh UMKM adalah program pelatihan yang ditujukan untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memahami dan menerapkan strategi pemasaran digital melalui platform digital yang terbantu oleh AI untuk meningkatkan kehadiran dan visibilitas bisnis mereka secara online. Pemateri pelatihan ini yaitu Alim Bahri, S.T., M.M dengan penutupan oleh Dr. Reniati, S.E., M.Si dan sesi foto bersama dapat dilihat pada Gambar 11, 12 dan 13 berikut.

Gambar 11. Pelatihan Digital Marketing dan Pemanfaatan AI dalam Pemasaran Produk UMKM
Sumber: Dokumen Tim Pengabdi, 2024

Gambar 12. Penutup dari Ketua Tim Pengabdi PMTF
Sumber: Dokumen Tim Pengabdi, 2024

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

Gambar 13. Sesi Foto Bersama
Sumber: Dokumen Tim Pengabdi, 2024

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan yang diberikan meliputi literasi digital, akuntansi keuangan, pemasaran digital, dan pemanfaatan AI. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola usahanya secara lebih efisien, terutama dalam hal pemasaran dan pengelolaan keuangan. Pelaku UMKM juga didorong untuk memanfaatkan teknologi digital agar lebih siap bersaing di pasar global.

Dengan terselenggaranya kegiatan pengabdian yang berfokus pada tema " Penguatan Strategi Pemasaran Menggunakan Platform Digital Berbasis *Artificial Intellegence* (AI) Pada UMKM Industri Kreatif di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali " maka :

1. Para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali Kab. Bangka Selatan akan mencapai hasil yang diharapkan. Hasil tersebut mencakup peningkatan pengetahuan dan pemahaman tentang peluang pasar serta manfaatnya bagi pertumbuhan bisnis UMKM.
2. Diharapkan para peserta pelatihan akan memiliki keterampilan yang lebih baik dalam strategi pemasaran dengan percaya diri dalam lingkungan bisnis internasional.
3. Dengan penerapan teknologi digital dan digital marketing, diharapkan UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan promosi produk melalui video iklan yang menarik. Kemampuan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan dalam *copywriting* juga diharapkan dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menciptakan konten pemasaran yang lebih persuasif dan menarik.
4. Diharapkan hasil pelatihan ini akan mendorong UMKM untuk menyusun business proposal yang komprehensif dan berhasil mendapatkan dukungan finansial untuk mengembangkan bisnis mereka. Dengan pencapaian hasil ini, diharapkan UMKM di Pulau Bangka dapat naik kelas menjadi bisnis berkualitas, tangguh, berorientasi ekspor, dan memberikan kontribusi yang berkelanjutan bagi perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Dengan adanya usulan ini, diharapkan UMKM Industri Kreatif di Desa Teladan dapat tumbuh menjadi usaha yang lebih tangguh dan berdaya saing tinggi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Tim Pengabdian Masyarakat Tingkat Fakultas Ekonomi Bangka Belitung mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang membantu dalam pengabdian ini, baik secara finansial maupun non-finansial, diantaranya kepada:

1. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bangka Belitung
2. Pemerintah Kabupaten Bangka Selatan (Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Bangka Selatan dan Kelurahan Teladan Kecamatan Toboali)

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,

3. Pelaku UMKM Industri Kreartif Kelurahan Teladan KecamatanToboali.
4. TIM PMTF Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bangka Belitung

DAFTAR PUSTAKA

Alamsyah, A., & Ramadhani, D. P. (2019). Digital society ecosystem impact on creative industry. *6th Bandung Creative Movement 2019*, 1–3. https://www.neliti.com/publications/293189/digital-society-ecosystem-impact-on-creative-industry

Bhatti, S. H., Ahmed, A., Ferraris, A., Hussain, H. W. W. M., & Wamba, S. F. (2022). Big data analytics capabilities and MSME innovation and performance: A double mediation model of digital platform and network capabilities. *Annals of Operations Research*. https://doi.org/10.1007/s10479-022-05002-w

Brendel, A. B., Mirbabaie, M., Lembcke, T. B., & Hofeditz, L. (2021). Ethical management of artificial intelligence. *Sustainability (Switzerland)*, 13(4), 1–18. https://doi.org/10.3390/su13041974

Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Shah, M., & Maheshwari, P. (2022). Big data driven innovation for sustaining SME supply chain operation in post COVID-19 scenario: Moderating role of SME technology leadership. *Computers and Industrial Engineering*, 168, 108058. https://doi.org/10.1016/j.cie.2022.108058

Chen, P. H. C., Mermel, C. H., & Liu, Y. (2021). Evaluation of artificial intelligence on a reference standard based on subjective interpretation. *The Lancet Digital Health*, 3(11), e693–e695. https://doi.org/10.1016/S2589-7500(21)00216-8

Jordan, J., Dasgupta, R. K., & Hitchen, G. (2023). Mapping innovation in India's creative industries: An ecosystem framework. *Cultural Trends*, 32(4), 416–428. https://doi.org/10.1080/09548963.2023.2217416

Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 139, 1192–1210. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.09.062

Kong, S. C., Cheung, W. M. Y., & Zhang, G. (2022). Evaluating artificial intelligence literacy courses for fostering conceptual learning, literacy and empowerment in university students: Refocusing to conceptual building. *Computers in Human Behavior Reports*, 7, 100223. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2022.100223

Oldemeyer, L., Jede, A., & Teuteberg, F. (2024). Investigation of artificial intelligence in SMEs: A systematic review of the state of the art and the main implementation challenges. *Management Review Quarterly*. https://doi.org/10.1007/s11301-024-00405-4

Silva, S. R., Marques, C. S. E., & Galvão, A. R. (2023). Where is the rural creative class? A systematic literature review about creative industries in low-density areas. *Journal of the Knowledge Economy*. https://doi.org/10.1007/s13132-023-01341-6

Varotsis, N. (2022). Digital entrepreneurship and creative industries in tourism: A research agenda. *Economies*, 10(7). https://doi.org/10.3390/economies10070167

Open access article under the CC–BY-SA license. Copy right © 2024, Reniati et al.,