

Pemanfaatan Artificial Intelligence untuk Konten Pemasaran Digital dan Pelatihan Keuangan UMKM Berkah Desa Jepitu

Nur Rahmawati¹, Sri Mulyaningsih², Mareta Hadi³, Abdillah Richi Pratama⁴, Nadya Revania Rohman⁵, Rendy Surya Mahendra⁶, Septian Vienastra⁷

^{1,3,4,5,6}Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas AKPRIND Indonesia

^{2,7}Program Studi Teknik Geologi, Fakultas Teknik, Universitas AKPRIND Indonesia

*e-mail: rahma@akprind.ac.id¹, sri_m@akprind.ac.id², maretahadi@gmail.com³

Received: 03.11.2025	Revised: 21.11.2025	Accepted: 11.12.2025	Available online: 05.01.2026
-------------------------	------------------------	-------------------------	---------------------------------

Abstract: *Jepitu Village, located in the karst hills of Gunung Kidul, boasts abundant natural resource potential, but still faces challenges in utilizing technology for marketing MSME products. This community service program aims to improve the understanding of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the use of artificial intelligence (AI) and social media in product promotion and financial management. Through a participatory approach, the one-year training covered digital content creation, utilization of social media platforms, and sound financial management. The training results showed significant improvements, with the number of participants actively using social media increasing from 20% to 75%, and the understanding of financial management improved. The program also succeeded in increasing MSME income by 30%. However, challenges in technology adoption and time constraints still need to be addressed through ongoing support. Thus, the use of digital technology is expected to become a foundation for the future growth of MSMEs in Jepitu Village.*

Keywords: *MSMEs, artificial intelligence, digital marketing, financial management*

Abstrak: Desa Jepitu, yang terletak di kawasan perbukitan karst Gunung Kidul, memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, namun masih menghadapi tantangan dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk UMKM. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tentang penggunaan kecerdasan buatan (AI) dan media sosial dalam promosi produk serta pengelolaan keuangan. Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan selama satu tahun mencakup pembuatan konten digital, pemanfaatan platform media sosial, dan pengelolaan keuangan yang baik. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan, dengan jumlah peserta aktif menggunakan media sosial meningkat dari 20% menjadi 75%, serta peningkatan pemahaman pengelolaan keuangan. Program ini juga berhasil meningkatkan pendapatan pelaku UMKM sebesar 40%. Meskipun demikian, tantangan dalam adopsi teknologi dan keterbatasan waktu masih perlu diatasi melalui dukungan berkelanjutan. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital diharapkan dapat menjadi fondasi bagi pertumbuhan UMKM di Desa Jepitu di masa mendatang.

Kata kunci: UMKM, kecerdasan buatan, pemasaran digital, pengelolaan keuangan

1. PENDAHULUAN

Desa Jepitu, yang terletak di kawasan perbukitan karst Gunung Kidul dengan luas 1.625,1960 km², memiliki potensi sumber daya alam melimpah yang menjadi tulang punggung perekonomian lokal. Wilayah ini menonjol dengan hasil pertanian (singkong, pisang, talas), perikanan (tuna, rumput laut), serta pariwisata alam berupa tebing karst dan muara sungai bawah tanah yang memukau. Potensi ini telah diolah menjadi produk UMKM unggulan seperti keripik singkong, bakso ikan tuna, dan susu kedelai, serta dikembangkan sebagai destinasi wisata oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) "Idaman". Meski demikian, pemanfaatan potensi ini masih terkendala oleh keterbatasan akses pasar yang luas dan strategi pemasaran yang konvensional. Mayoritas pelaku UMKM masih mengandalkan penjualan langsung atau mulut ke mulut, sehingga jangkauan konsumen terbatas pada lingkup lokal dan pendapatan belum optimal.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di wilayah pedesaan seperti Desa Jepitu, Gunung Kidul. Desa ini memiliki berbagai produk lokal yang potensial dan daya tarik wisata yang sangat menarik. Namun, banyak UMKM di desa ini yang belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital untuk memasarkan produk mereka secara efektif. Terutama, penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam pembuatan konten pemasaran yang menarik masih sangat jarang (Dian Azmi Fadhillah, T. P. 2021).

Di zaman yang serba digital ini, platform media sosial seperti Instagram dan aplikasi Tiktok menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Instagram,

dengan fokus pada konten visual, sangat ideal untuk menampilkan produk-produk lokal yang unik. Namun, banyak pelaku UMKM yang masih kesulitan dalam menciptakan konten yang menarik dan mampu menarik perhatian konsumen (Handayani, T., & Wibowo, A. 2018).

Kondisi ini mencerminkan adanya kesenjangan antara potensi yang dimiliki oleh UMKM di Desa Jepitu dan pemanfaatan teknologi yang ada, selain minimnya pengetahuan dalam pengelolaan keuangan. Oleh karena itu, penting untuk memberikan pendampingan kepada UMKM di Desa Jepitu agar mereka dapat memanfaatkan teknologi dengan lebih baik dan mengelola keuangan mereka secara efektif. Dengan demikian, diharapkan mereka dapat meningkatkan daya saing dan mempromosikan produk serta destinasi wisata yang ada di kawasan Jepitu (Susanto, H., & Lestari, P. 2018).

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas AKPRIND Indonesia bersama dengan Universitas Widya Mataran melakukan kegiatan pengabdian dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan yang baik. Dengan demikian, UMKM di Desa Jepitu diharapkan dapat memperkuat daya saing mereka, baik di tingkat lokal maupun pasar yang lebih luas. Pendampingan ini bertujuan memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar UMKM dapat memanfaatkan AI dan platform digital secara efektif, serta mengelola keuangan usaha mereka dengan baik, sehingga mampu mengangkat produk lokal dan destinasi wisata di kawasan Jepitu.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menerapkan pendekatan partisipatif dengan melibatkan secara langsung pelaku UMKM serta kelompok sadar wisata (pokdarwis) di Desa Jepitu dalam setiap tahap program. Pendekatan ini dipilih untuk menganalisis dan mendeskripsikan kondisi nyata di lokasi pengabdian, serta untuk fokus menjawab masalah keterbatasan dalam promosi digital yang dihadapi oleh masyarakat setempat. Program ini berlangsung dari Juli 2025 hingga Desember 2025.

Kegiatan ini merupakan bagian dari hibah Program PkM (Pengabdian kepada Masyarakat) Skema Pemberdayaan Wilayah, dengan sumber pendanaan dari DRTPM Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Pelatihan ini terdiri dari beberapa tahapan yang disusun secara sistematis untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dan media sosial dalam pemasaran produk, serta pengelolaan keuangan yang lebih baik. Melalui metode partisipatif ini, peserta diberikan kesempatan untuk belajar dari pengalaman nyata, di mana mereka dapat langsung menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam situasi yang relevan dengan usaha mereka. Dengan melibatkan pelaku UMKM secara aktif, program ini bertujuan mengatasi kesenjangan pengetahuan dan keterampilan yang sering menjadi penghambat dalam pengembangan usaha mereka.

Tabel 1. Tahapan Kegiatan

Tahapan Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
Pemasaran digital	Sosialisai pemanfaatan Media Sosial, Website dan WA Bisnis sebagai alat promosi	2 Juli 2025
Pembuatan Media Sosial dan konten dengan AI	Pembuatan akun IG, Tiktok, Website dan WA Bisnis serta Materi dasar tentang AI dan aplikasinya dalam pemasaran	23 Juli 2025
Praktik Pembuatan Konten	Pembuatan gambar, video, dan teks menggunakan AI	4 Agustus 2025
Pengelolaan Keuangan	Pelatihan pengelolaan keuangan oleh ahli	25 Agustus 2025
Presentasi Konten	Peserta mempresentasikan konten dan mendapatkan umpan balik	14 September 2025
Pendampingan	Pembuatan Desain Produk dengan AI	Agustus s/d November 2025
Pendampingan	Pengelolaan Keuangan	Agustus s/d November 2025
Monitoring	Evaluasi Pengelolaan Website, Medsos dan WA Bisnis	Desember 2025

Dengan menggabungkan teori dan praktik, diharapkan para peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan mereka. Peserta dapat berdiskusi mengenai tantangan yang dihadapi dalam pengelolaan UMKM. Metode ini diharapkan dapat menghasilkan dampak yang signifikan terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif, serta meningkatkan daya tarik produk lokal yang mereka tawarkan.



Gambar 1. Pemberian materi terkait pemanfaatan AI untuk pembuatan konten yang efektif

Setelah pemahaman dasar, peserta akan langsung mempraktikkan pembuatan konten dengan bantuan alat dan aplikasi berbasis AI. Mereka akan belajar cara menghasilkan gambar, video, dan teks yang menarik yang sesuai dengan karakteristik produk lokal yang mereka tawarkan. Sesi ini bertujuan untuk memberikan keterampilan praktis yang dapat segera diterapkan.



Gambar 2. Pelatihan langsung kepada pelaku UMKM dalam pemanfaatan AI

Selanjutnya, pelatihan akan membahas strategi penggunaan media sosial, khususnya Instagram, dan aplikasi Tiktok untuk mempromosikan konten yang telah dibuat. Peserta akan diajarkan cara memaksimalkan fitur-fitur yang ada, seperti pesan otomatis dan katalog produk, untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan secara lebih efektif (Handayani, T., & Wibowo, A. 2018).

Di dalam pelatihan ini juga disertakan pendampingan pengelolaan keuangan, yang akan dipandu oleh Ibu Nur Rahmawati, S.E., M.B.A. Keahlian beliau dalam bidang keuangan sangat berharga untuk membantu pelaku UMKM memahami pentingnya pengelolaan keuangan yang baik. Dalam sesi ini, peserta akan belajar cara menyusun anggaran, mengelola arus kas, dan merencanakan investasi yang tepat untuk pengembangan usaha mereka (N Aisah, IK Rizkiawan, FM Rofifudin, N Rahmawati 2025).



Gambar 3. Pelatihan Pengelolaan keuangan

Di akhir pelatihan, peserta akan diberikan kesempatan untuk mempresentasikan konten yang telah mereka buat. Umpan balik akan diberikan oleh fasilitator untuk membantu peserta memahami kekuatan dan area yang perlu diperbaiki dalam konten mereka. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta dapat menerapkan apa yang telah mereka pelajari dalam praktik sehari-hari. Dengan metode pelatihan langsung ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Jepitu dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital, sehingga dapat menciptakan konten yang menarik dan efektif untuk pemasaran produk dan destinasi wisata di daerah mereka, serta mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih baik.

Pendampingan dilaksanakan pada Agustus s/d November 2025 melibatkan 50 pelaku UMKM Berkah dan Pokdarwis Idaman.

Tabel 2. Implementasi AI dan Pengelolaan Keuangan dalam Pendampingan

Permasalahan	Tahapan Kegiatan	Hasil Kegiatan
SDM belum bisa memahami konten produk	Memberikan pelatihan tentang konten yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk	Pelaku UMKM dapat membuat konten yang lebih menarik
SDM yang masih lemah dalam aplikasi AI	Memberikan pelatihan penggunaan AI dalam pemasaran produk	Pelaku UMKM dapat memanfaatkan AI untuk mempromosikan produk
Belum adanya media sosial untuk promosi	Memberikan pelatihan dalam menggunakan media sosial secara efektif	Pelaku UMKM dapat memaksimalkan media sosial untuk pemasaran
Minimnya pengetahuan tentang keuangan	Memberikan pelatihan tentang pengelolaan keuangan dan penggunaan buku kas	Pelaku UMKM dapat mengelola keuangan usaha dengan lebih baik
Ketidakpahaman dalam mencari modal	Memberikan informasi dan pelatihan tentang cara mencari modal dan mitra usaha	Pelaku UMKM dapat menemukan sumber modal dan mitra yang sesuai

Tim PkM memberikan penyuluhan dan pelatihan tentang pembuatan konten yang efektif melalui pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) kepada UMKM Kreatif. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan alat berbasis AI untuk menghasilkan konten visual dan teks yang menarik, sesuai dengan karakteristik produk mereka. Selain itu, pelatihan mencakup teknik pembuatan video promosi dan desain grafis yang dapat diunggah di berbagai platform media sosial. Pada tahap akhir, penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi terhadap

hasil implementasi untuk memastikan apakah konten yang dihasilkan mampu menarik perhatian dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Di akhir program, mitra diharapkan dapat secara konsisten menggunakan teknologi AI dalam pembuatan konten, sehingga dapat terus meningkatkan daya tarik pemasaran produk mereka.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan bagi pelaku UMKM di Desa Jepitu menunjukkan hasil yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka terkait pemasaran digital dan pengelolaan keuangan. Berdasarkan pengantar di atas, terdapat beberapa aspek yang menjadi fokus dalam program ini, termasuk pembuatan konten, pemanfaatan teknologi, dan pengelolaan keuangan.

Peningkatan Keterampilan Pembuatan Konten

Salah satu hasil dari pelatihan adalah peningkatan keterampilan pelaku UMKM dalam pembuatan konten yang menarik. Melalui penggunaan kecerdasan buatan (AI), peserta dapat dengan mudah menghasilkan gambar dan teks yang profesional untuk promosi produk mereka Putri et al., (2024). Melalui pelatihan yang dilakukan oleh Tim PkM, pelaku UMKM juga berhasil membuat katalog produk di WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis, pemanfaatan chat GPT sebagai AI yang membantu pembuatan *caption* produk serta dapat mengaplikasikan canva untuk mendesain logo produk. Peserta dilatih untuk menggunakan alat berbasis AI untuk menghasilkan gambar dan teks yang menarik konsumen. Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan kualitas SDM sebesar 30% dalam pembuatan konten. Pelaku UMKM di Desa Jepitu dapat mudah beradaptasi dengan teknologi modern dan menciptakan konten yang mampu menarik perhatian konsumen.

Pemanfaatan Media Sosial

Pelatihan tentang pemanfaatan Media Sosial, memudahkan pelaku UMKM mengembangkan pemasaran produk melalui akun media sosial seperti Instagram dan TikTok. Pelaku UMKM mulai memanfaatkan fitur-fitur seperti video pendek (*reels*) dan *live streaming*, untuk meningkatkan visibilitas produk. Setelah pelatihan dan pendampingan terdapat peningkatan jumlah pengikut dan interaksi di akun media sosial, yang menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat menjadi jembatan yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Sebelum pelatihan, hanya 20% peserta yang aktif mempromosikan produk mereka melalui platform media sosial seperti Instagram dan TikTok. Setelah pelatihan, terdapat kenaikan sebesar 75% peserta mampu membuat konten promosi sederhana, mengelola akun bisnis, dan memanfaatkan platform digital untuk memperkenalkan produk. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital berhasil mendorong pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memperkuat daya saing mereka di pasar yang lebih luas.

Pengelolaan Keuangan yang Lebih Baik

Pendampingan tentang pengelolaan keuangan yang disampaikan oleh Ibu Nur Rahmawati, S.E., M.B.A. memberikan dampak positif yang nyata bagi pelaku UMKM. Peserta memperoleh pemahaman praktis tentang cara menyusun anggaran, mengelola arus kas, dan merencanakan investasi secara lebih terarah. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman yang signifikan. Sebelum pelatihan, hanya sekitar 40% peserta yang memahami dasar pengelolaan keuangan, namun setelah mengikuti pendampingan, angka tersebut meningkat menjadi 70% peserta yang mampu menyusun anggaran dan mengelola keuangan usaha dengan lebih baik. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil meningkatkan kesadaran dan keterampilan pelaku UMKM dalam mengelola keuangan untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.



Gambar 4. pendampingan langsung dalam mengelola keuangan

Konsistensi dalam Implementasi

Pada tahap akhir program, penting untuk memastikan bahwa mitra UMKM tetap konsisten dalam mengelola hasil luaran yang telah dicapai. Monitoring berkelanjutan perlu dilakukan untuk memastikan bahwa keterampilan yang telah dipelajari dapat diterapkan dalam praktik sehari-hari. Keterlibatan aktif dari pelaku UMKM dalam mengelola konten dan strategi pemasaran mereka akan menjadi kunci untuk keberhasilan jangka panjang. Pelatihan ini membuat peningkatan pendapatan sebesar 30% yang di peroleh oleh pelaku UMKM.

Meskipun pelatihan menunjukkan banyak keberhasilan, beberapa hambatan masih perlu diperhatikan. Misalnya, beberapa peserta masih merasa kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru. Beberapa dari mereka melaporkan kurangnya waktu untuk menerapkan semua yang telah dipelajari karena kesibukan operasional sehari-hari. Ini menunjukkan bahwa pelatihan harus diimbangi dengan dukungan berkelanjutan dan waktu yang cukup untuk praktik.

Analisis perbandingan menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan digital, pemahaman pemasaran, dan pengelolaan keuangan peserta. Namun, untuk memastikan keberlanjutan dan optimalisasi hasil, perlu ada program mentoring lanjutan yang membantu peserta menerapkan keterampilan baru mereka dalam konteks nyata. Monitoring yang berkelanjutan juga diperlukan untuk menilai efektivitas jangka panjang dari pelatihan dan untuk menyesuaikan pendekatan jika diperlukan, dengan demikian, hasil dari pelatihan dan pendampingan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis pelaku UMKM, tetapi juga membangun kepercayaan diri mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Pemanfaatan teknologi digital dan pengelolaan keuangan yang baik diharapkan dapat menjadi fondasi kuat bagi pertumbuhan UMKM di Desa Jepitu ke depan. Data penjualan sebelum dan sesudah pelatihan menunjukkan bahwa 40% peserta melaporkan peningkatan penjualan produk. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan pemasaran yang lebih baik, berkat penggunaan strategi digital dan pembuatan konten yang menarik, berdampak langsung pada peningkatan pendapatan.

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Tim Universitas AKPRIND dan Universitas Widya Mataram di Kalurahan Jepitu, Gunungkidul, telah memberikan dampak positif bagi penguatan kapasitas pelaku UMKM serta kelompok sadar wisata. Melalui pelatihan pemanfaatan teknologi digital, kecerdasan buatan (AI), dan media sosial sebagai sarana promosi, peserta mampu membuat konten pemasaran yang menarik dan mengelola akun bisnis secara lebih profesional. Pendampingan juga berhasil meningkatkan kemampuan pengelolaan keuangan, di mana sebagian besar peserta kini mampu menyusun anggaran, mengatur arus kas, dan merencanakan investasi usaha.

Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan pada pemanfaatan media sosial meningkat dari 20% menjadi 75%, dan pendapatan UMKM naik hingga 30% setelah mengikuti program. Selain itu, kesadaran peserta terhadap pentingnya digitalisasi usaha dan pengelolaan

keuangan yang baik juga meningkat secara nyata. Meskipun masih terdapat tantangan dalam adopsi teknologi dan keterbatasan waktu, kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan partisipatif melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan mampu mendorong kemandirian serta daya saing UMKM lokal. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital dan penguatan manajemen keuangan dapat menjadi fondasi penting bagi pertumbuhan ekonomi dan pengembangan potensi wisata di Kalurahan Jepitu pada masa mendatang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dari Program Studi Teknik Geologi dan Program Studi Bisnis Digital Universitas AKPRIND Indonesia, serta Program Studi Teknik Industri Universitas Widya Mataram, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi,
- Kelompok UMKM "BERKAH" dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) "IDAMAN" Desa Jepitu,
- Pemerintah Daerah Kabupaten Gunung Kidul, Daerah Istimewa Yogyakarta,

serta seluruh pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan ini. Kami sangat menghargai partisipasi aktif dan kerjasama yang telah diberikan, yang berkontribusi besar terhadap kesuksesan program ini. Semoga kerja sama ini dapat berlanjut dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, R., & Yulianto, R. (2023). Penerapan digital marketing sebagai strategi pemasaran UMKM. *Jurnal Pemasaran*, 12(3), 45-60.
- Almuntaha, E. (2022). Pelatihan pemasaran digital dan pengembangan web untuk mendukung penjualan komoditas porang pada kelompok tani Yin Porang di Wonogiri. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1-6.
- Dian Azmi Fadhilah, T. P. (2021). Strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17-22.
- Handayani, T., & Wibowo, A. (2018). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi produk kerajinan batik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 121-134.
- Mulyaningsih, S., Rahmawati, N., dkk. (2024). Strategi pengembangan geoproduct laut dalam upaya pertumbuhan ekonomi lokal desa Jepitu, Girisubo-Gunungkidul. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 8(1), 22-30.
- Riyani dan Virgi. (2025). Tantangan dan Hambatan dalam Implementasi Literasi Keuangan di Kalangan UMKM di Pesawaran, Lampung. *MDP Student Conference*.
- N Aisah, I. K., Rizkiawan, F. M., Rofifudin, F. M., & Rahmawati, N. (2025). Pendampingan pengelolaan keuangan syariah untuk UMKM berbasis ekonomi kreatif. *Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 5(1), 61-68.
- Pratama, A., & Wulandari, D. (2020). Strategi pemasaran digital UMKM di era revolusi industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 89-96.
- Muhammad Iqbal et al. (2025). Pemanfaatan AI dalam Pemasaran Digital: Chatbot, Sistem Rekomendasi Produk, dan Targeted Advertising. *Jurnal Inovasi Pemasaran*, 10(1), 45-60.
- Putri, A. A., Widodo, A. A. (2024). Peluang dan tantangan penggunaan artificial intelligence (AI) dalam pembuatan konten digital marketing. *Jurnal Digital Marketing*, 2(12), 401-406.
- Rahmawati, N., Mulyaningsih, S., dkk. (2024). Pendampingan pemanfaatan WhatsApp Bisnis dan Instagram Bisnis sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah Desa Jepitu. *Jurnal Pemberdayaan UMKM*, 4(3), 50-65.
- Susanto, H., & Lestari, P. (2018). Analisis pengelolaan keuangan pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 6(2), 78-85.

- Wahyudi, S., & Kusuma, A. (2019). Pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM). *Jurnal Sistem Informasi*, 5(1), 12-19.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 17-22.
- Ali, Muhammad Ikhsan, Rahmani, Nur Ahmadi Bi, & Nurwani. (2023). Analisis Penerapan Artificial Intelligence terhadap Efektivitas Social Media Marketing pada Akun Instagram Cuci Sepatu Kelen dengan Pendekatan Model AIDA. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(5), 99–115.