

Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan

**Ari Muhardono^{1*}, Wenti Ayu Sunarjo², Daru Anggara Murty³, Supajar Bayu Aji⁴,
Tri Lidia Sari⁵**

^{1,2,3,4,5} Universitas Pekalongan, Indonesia

*Corresponding author: arimuhardono@unikal.ac.id

Received 15-08-2024

Revised 20-08-2024

Accepted 21-08-2024

ABSTRAK

Kampoeng Batik Kauman Pekalongan merupakan destinasi wisata belanja, budaya, dan edukasi batik di Kota Pekalongan, Jawa Tengah, yang menghadapi tantangan dalam promosi dan persaingan dengan produk tiruan. Kegiatan Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan promosi UKM batik melalui pelatihan penggunaan aplikasi kecerdasan buatan (AI) dalam pembuatan konten pemasaran. Kegiatan pengabdian masyarakat melibatkan 18 peserta dari UMKM Kampoeng Batik Kauman. Materi pelatihan mencakup penggunaan aplikasi AI seperti ChatGPT, Gemini AI, Bing Image Creator, Canva AI, Photoroom AI, dan Gamma AI untuk membantu UMKM menemukan ide dan membuat konten marketing yang menarik. Hasil kegiatan diperoleh data kepuasan peserta yaitu sangat memuaskan sebesar 72,2%, memuaskan sebesar 24,5%, dan cukup memuaskan sebesar 3,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan konten marketing menggunakan Aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan sangat bermanfaat untuk menunjang promosi bisnis terutama dalam pembuatan konten pemasaran.

Kata kunci: Kampoeng Batik Kauman, UKM Batik, Digital Marketing, Konten Marketing, *Artificial Intelligence*.

ABSTRACT

Kampoeng Batik Kauman Pekalongan, a destination for shopping, cultural, and educational batik tourism in Pekalongan City, Central Java, faces significant challenges in promotion and competition with imitation products. This community service activity aims to enhance the promotional skills of batik SMEs through training in the use of artificial intelligence (AI) applications for marketing content creation. The training involved 18 participants from Kampoeng Batik Kauman SMEs and covered the use of AI applications such as ChatGPT, Gemini AI, Bing Image Creator, Canva AI, Photoroom AI, and Gamma AI to assist SMEs in generating ideas and creating engaging marketing content. Participant satisfaction data showed that 72.2% rated the training as very satisfactory, 24.5% as satisfactory, and 3.2% as moderately satisfactory. These findings demonstrate that AI-based marketing content training is highly beneficial for supporting the business promotion of Kampoeng Batik Kauman Pekalongan SMEs, particularly in marketing content creation.

Keywords: *Kauman Batik Village, Batik UKM, Digital Marketing, Marketing Content, Artificial Intelligence.*

PENDAHULUAN

Kampoeng Batik Kauman Pekalongan merupakan sebuah tujuan wisata belanja, budaya dan edukasi batik yang berada Desa Kauman di Kota Pekalongan Provinsi Jawa

Tengah. Secara geografis Kampoeng Batik Kauman Pekalongan sangatlah strategis karena berada di pusat kota Pekalongan yang sangat mudah diakses dari berbagai penjuru. Lokasi ini tentu sangat mendukung untuk tujuan wisata belanja, budaya dan edukasi bagi masyarakat lokal, nasional dan internasional. Pada tahun 2018 mendirikan Omah Kreatif pada sebagai wadah kreatifitas bagi UKM yang tergabung di Perkumpulan Kampoeng Batik Kauman. Beberapa kegiatan dilakukan di Omah Kreatif, diantaranya workshop dan kegiatan forum group discussion (FGD). Melalui Omah Kreatif juga mampu menjadi ruang ajang pameran karya perajin atau UKM batik sehingga bagi wisatawan yang berkunjung akan lebih mudah melihat dan menikmati karya UKM batik yang tergabung di Kampoeng Batik Kauman tanpa perlu mengunjungi lokasi produksi satu persatu.

Meskipun memiliki kegiatan rutin, namun masih tampak adanya kendala UKM batik yang menjadi kelemahan, yaitu kurangnya promosi pada UKM batik, Selain itu filosofi batik yang selalu diusung pada tiap pembuatan motif seakan tidak tersampaikan secara luas, baik pada konsumen maupun masyarakat luas. Berdasarkan data yang didapatkan tercatat sebanyak kurang lebih 50 UKM batik yang tergabung di paguyuban kampoeng batik Kauman, namun kini hanya sekitar 25 UKM saja yang masih bertahan memproduksi batik mengingat di pasar lokal dan nasional bermunculan produk tiruan batik (*printing*) yang mampu menggeser konsumen beralih membeli produk mereka (Sunarjo et al., 2023).

Perkembangan dan penggunaan internet dalam skala global telah menciptakan peluang bagi konsumen, pemasok dan penjual barang serta jasa untuk berkomunikasi satu sama lain di pasar secara online. Internet tidak hanya dapat digunakan sebagai media untuk saling bertukar informasi di era digital ini, namun juga digunakan sebagai media bisnis (Tjiptady et al., 2021). Bisnis dengan menggunakan media internet atau yang biasa dikenal dengan bisnis online memiliki potensi yang terhitung luas dan besar, karena banyak masyarakat yang sudah menggunakan internet dalam mengembangkan bisnisnya (Aryanto & Wismantoro, 2020).

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menyebutkan hasil survey Tahun 2023, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215 juta atau sebesar 78,19,7% dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 275 juta orang (APJII, 2023). Data tersebut menunjukkan bahwa bisnis dengan menggunakan internet atau yang lebih dikenal dengan sebutan digital marketing sangat potensial, mengingat jumlah pengguna internet dari tahun ke tahun selalu mengalami peningkatan.

Digital marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan platform digital mempromosikan produk atau jasa. Keberadaannya kini menjadi kunci sukses bagi banyak bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Choirina et al., 2023). Dalam era digital ini, penting bagi UMKM untuk memahami dan mengimplementasikan konsep digital marketing guna meningkatkan visibilitas dan mencapai target audiens dengan lebih efektif (Muhardono & Satrio, 2021).

Selain itu, kehadiran kecerdasan buatan/*Artificial Intelligence* (AI) dapat menjadi tambahan yang sangat berharga dalam meningkatkan efektivitas digital marketing seperti pembuatan konten marketing (Choirina et al., 2022). Dengan memanfaatkan teknologi AI, UMKM dapat mengoptimalkan konten-konten profil dan layanan bisnis nya dengan lebih menarik. Penggunaan AI dalam strategi digital marketing tidak hanya memberikan efisiensi operasional, tetapi juga meningkatkan kecerdasan bisnis secara keseluruhan. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di era digital ini, UMKM yang mampu menggabungkan digital marketing, dan pemanfaatan teknologi AI akan memiliki keunggulan yang signifikan dalam mencapai tujuan bisnis mereka (Ahluwalia et al., 2023).

Dengan memanfaatkan bantuan teknologi AI dalam pembuatan konten pemasaran, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, menghemat waktu, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar digital yang kompetitif. UMKM harus terus berinovasi dan merancang strategi pemasaran yang efektif agar tetap kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Mengadopsi pemasaran digital sangat penting, namun memiliki tantangan, terutama dalam pembuatan teks promosi yang menarik (Nurhaida et al., 2023).

AI memainkan peran signifikan dalam digital marketing. AI telah mengubah cara berinteraksi perusahaan dengan pelanggan dan tata cara mengelola iklan. Dengan menggabungkan kecerdasan mesin dan analisis data, perusahaan dapat meningkatkan target, personalisasi, dan efektivitas iklan, sehingga memberikan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan dan hasil yang lebih baik bagi bisnis yang dijalankan (Taufik & Kurniawan, 2023). Teknologi AI dapat digunakan untuk mengoptimalkan tampilan produk dalam gambar, sehingga produk-produk tersebut lebih menarik bagi calon pembeli (Nalendra et al., 2023).

Dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT, bisnis yang direncanakan dan sedang berjalan mendapatkan wawasan lebih dalam tentang kebutuhan dan preferensi pelanggan serta mengembangkan strategi yang lebih terinformasi dan efektif (Julianto, 2023). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan konten marketing dengan pemanfaatan teknologi AI diharapkan dapat memberikan solusi konkrit, mengatasi tantangan yang dihadapi, serta membuka peluang baru bagi perkembangan Kampoeng Batik Kauman di era digital ini.

Berdasarkan survey pendahuluan melalui wawancara dengan Bapak M. Husni Mubarak selaku Ketua dari Komunitas Kampoeng Batik Kauman Pekalongan, maka dapat diidentifikasi permasalahan yaitu : 1) perlu adanya strategi inovasi pemasaran agar dapat meningkatkan kembali personal branding Kampoeng Batik Kauman melalui konten marketing yang menarik, 2) minimnya pengetahuan admin dalam membuat konten pemasaran sehingga kurang menarik perhatian interaksi calon konsumen. Berdasarkan permasalahan mitra diatas, maka perlu diadakan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu pelatihan inovasi konten marketing

menggunakan Aplikasi AI seperti Chat GPT, Gemini AI, Bing Image Creator, Canva Booklet, Photoroom AI, dan Gama AI untuk membantu UMKM menemukan ide konten yang menarik.

METODE PELAKSANAAN

Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa tahapan kegiatan dan pendekatan seperti pada Tabel 1 berikut.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

No.	Kegiatan / Permasalahan	Model	Keterangan
1	Identifikasi permasalahan dan analisa kebutuhan mitra	Focus Group Discussion	Melakukan identifikasi masalah dengan analisis lapangan dan kebutuhan kegiatan sehingga diperoleh gambaran terkait solusi yang dibutuhkan yaitu perlu adanya inovasi pemasaran dalam meningkatkan kembali personal branding Kampoeng Batik Kauman Pekalongan
2	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk pelatihan	Soal Pretest, penyampaian materi dengan metode ceramah dan praktik, dilanjutkan tanya jawab, diskusi	Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di laksanakan dalam bentuk pelatihan yang meliputi : a. Optimalisasi Instagram Marketing b. Mencari ide konten marketing dengan bantuan aplikasi AI c. Pembuatan konten marketing dengan menggunakan aplikasi AI
3	Tahap evaluasi merupakan tahapan terakhir dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.	Kuesioner	Kuesioner dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman dan kepuasan peserta terkait materi yang akan diajarkan

HASIL KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat diadakan pada tanggal 23 Mei 2024. Pelatihan diikuti oleh sekitar 18 peserta yang merupakan pengrajin batik dari lingkungan Kampoeng Batik Kauman. Acara dibuka dengan sambutan dari Ketua PKM yaitu Bapak Ari Muhardono, S.Kom., M.Kom, beliau menyampaikan maksud dan tujuan acara pelatihan ini, yaitu untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam mengoptimalkan perkembangan teknologi digital untuk mempromosikan produk batik dengan memanfaatkan aplikasi AI. Sambutan selanjutnya disampaikan oleh Ketua Paguyuban Perkumpulan Kampoeng Batik Kauman, yaitu Bapak Husni Mubarak, yang mengapresiasi peran kampus dalam mendukung UMKM agar lebih maju di era digital.

Kegiatan diawali dengan membagikan kuesioner pretest kepada peserta yang berisi pertanyaan sejauhmana kemampuan dasar tentang materi yang akan disampaikan. Indikator penilaian menggunakan skala nilai yaitu : 5 = sangat baik, 4 =

baik, 3 = cukup baik, 2 = kurang baik, dan 1 = tidak tahu. Skor Hasil penilaian pretest seperti pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Nilai Pretest

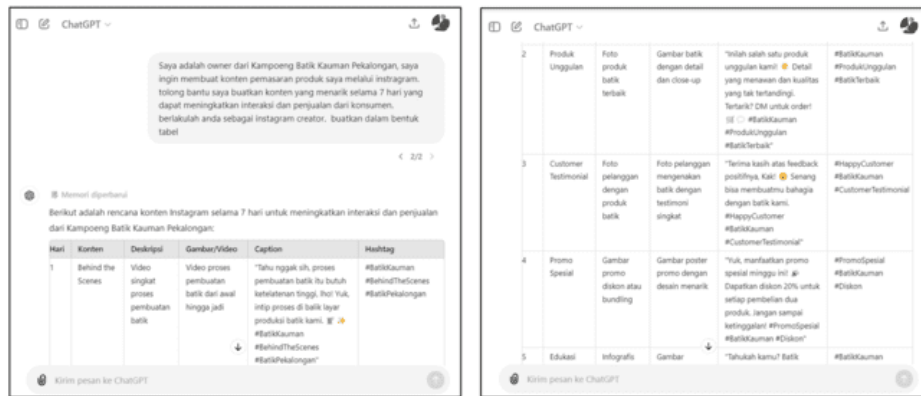
No	Penilaian	Skor Penilaian					Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Kemampuan dasar Digital Marketing	0,0%	11,1%	44,4%	33,3%	11,1%	100%
2	Pemahaman tentang aplikasi AI						
	a. ChatGPT	0,0%	0,0%	55,6%	38,9%	5,6%	100%
	b. Gemini AI	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	83,3%	100%
	c. Bing Image Creator	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	83,3%	100%
	d. Canva AI	0,0%	0,0%	44,4%	27,8%	27,8%	100%
	e. Photoroom AI	0,0%	0,0%	27,8%	44,4%	27,8%	100%
	f. Gamma AI	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100%
3	Pemahaman dasar Konten Marketing	0,0%	0,0%	55,6%	22,2%	22,2%	100%
Total Jumlah		0,0%	1,4%	28,5%	25,0%	45,1%	

Berdasarkan Tabel 2 nilai pretest, maka diperoleh data sebanyak 70,1% peserta kurang memahami dan belum tahu tentang digital marketing dan Aplikasi AI. Sedangkan peserta yang sudah cukup mengenal digital marketing dan aplikasi AI hanya 29,9%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan konten marketing menggunakan Aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan sangat diperlukan untuk mendukung bisnis UMKM terutama dalam pembuatan konten pemasaran.

Mencari Ide Konten menggunakan Aplikasi AI

Materi pertama yang disampaikan adalah “Mencari Ide Konten Menggunakan Aplikasi AI” oleh Bapak Ari Muhardono, S.Kom., M.Kom. Materi ini menjelaskan bagaimana teknologi AI dapat membantu pengrajin batik dalam menemukan ide-ide kreatif untuk konten Instagram yang menarik dan relevan. Beliau menunjukkan berbagai aplikasi AI yang bisa digunakan untuk optimalisasi digital marketing. Aplikasi AI dapat digunakan menganalisis tren dan preferensi audiens, sehingga konten yang dibuat dapat lebih efektif menjangkau dan menarik perhatian pengguna media sosial (Maihani et al., 2023).

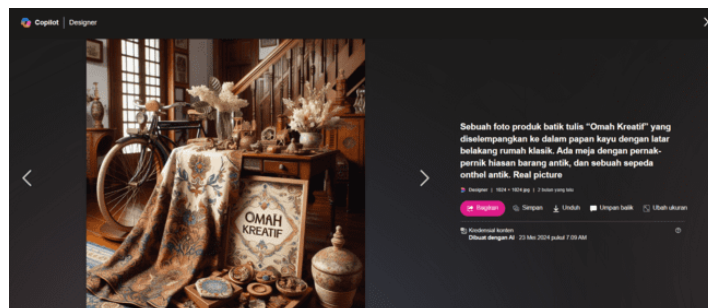
Aplikasi AI yang digunakan untuk mencari ide konten adalah ChatGPT dan Gemini AI, sedangkan untuk menemukan ide konten foto produk menggunakan aplikasi Bing Image Creator. ChatGPT dan Gemini AI adalah sebuah aplikasi AI yang bekerja berdasarkan perintah yang disebut Prompt. Perintah prompt harus spesifik agar dapat menghasilkan hasil yang diinginkan (Rahman, 2024). Pelatihan ini menitikberatkan pada bagaimana teknik membuat prompt yang bagus sehingga menghasilkan jawaban yang diinginkan. Hasil pencarian ide konten marketing menggunakan aplikasi ChatGPT seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Hasil Ide Konten menggunakan ChatGPT

Dengan menggunakan ChatGPT dan Gemini AI, para profesional marketing dan bisnis dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka dengan mudah dan efektif. Oleh karena itu, ChatGPT adalah sebuah teknologi yang sangat berharga bagi mereka yang ingin memperluas bisnis dan mempertahankan kepuasan pelanggan (Muhardono et al., 2024).

Bing Image Creator adalah sebuah aplikasi yang memanfaatkan teknologi AI untuk membuat atau mengedit gambar. Aplikasi ini menggunakan model AI seperti DALL-E dari OpenAI, yang dapat menghasilkan gambar berdasarkan deskripsi teks yang diberikan oleh pengguna (Saud & Alfarini, 2024). Hasil ide konten foto produk menggunakan Bing Image Creator seperti pada Gambar 2.



Gambar 2. Hasil Ide Konten Foto Produk dengan Bing Image Creator

Pembuatan Konten Promosi Batik dengan Aplikasi Canva dan Photoroom AI

Materi kedua bertajuk “Membuat Konten Promosi Batik dengan Aplikasi Canva Photoroom, dan Gamma AI” disampaikan oleh Ibu Dr. Wenti Ayu, S.Kom., M.M. Beliau memandu peserta untuk membuat konten visual yang menarik menggunakan aplikasi Canva AI Photoroom AI, dan Gamma AI. Dengan panduan praktis ini, para peserta dapat belajar bagaimana cara mendesain poster, brosur, dan konten promosi lainnya yang menarik secara visual, namun tetap mudah diakses dan digunakan.

Canva AI adalah bagian dari platform desain grafis Canva yang menggunakan kecerdasan buatan untuk membantu pengguna dalam membuat desain yang menarik dan profesional dengan lebih cepat dan mudah. Canva AI menawarkan berbagai fitur

yang memanfaatkan teknologi AI untuk meningkatkan efisiensi dan kreativitas dalam proses desain. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva yang dilakukan sangat membantu pelaku UMKM dalam hal pembuatan konten promosi (Dharomesz et al., 2023).

Photoroom AI adalah aplikasi berbasis kecerdasan buatan yang dirancang untuk membantu pengguna mengedit foto dengan cepat dan mudah, terutama untuk keperluan e-commerce, media sosial, dan pemasaran. Aplikasi ini menawarkan berbagai alat dan fitur yang menggunakan teknologi AI untuk meningkatkan kualitas gambar dan mempermudah proses pengeditan. Penggunaan alat-alat pengeditan foto, seperti aplikasi Photoroom, telah menjadi langkah penting dalam memastikan bahwa setiap gambar yang digunakan dalam pemasaran online memiliki kualitas yang memadai (Mulyani et al., 2024).

Gamma AI adalah alat berbasis kecerdasan buatan yang dirancang untuk membantu pengguna dalam membuat, mengelola, dan mengoptimalkan konten visual seperti presentasi dan dokumen. Gamma AI menawarkan fitur-fitur canggih yang memanfaatkan teknologi AI untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi dalam proses pembuatan konten. Gamma app menawarkan berbagai elemen desain yang luas, kemampuan kolaborasi dalam tim, antarmuka pengguna yang ramah, dan banyak template dan elemen desain yang sangat menarik (Mulyani et al., 2024).



Gambar 3. Penyampaian Materi dari Narasumber

Acara diakhiri dengan sesi tanya jawab secara panel, di mana para peserta sangat antusias dalam berdiskusi langsung dengan para pemateri mengenai tantangan dan solusi dalam penerapan materi yang telah disampaikan.



Gambar 4. Sesi Tanya Jawab

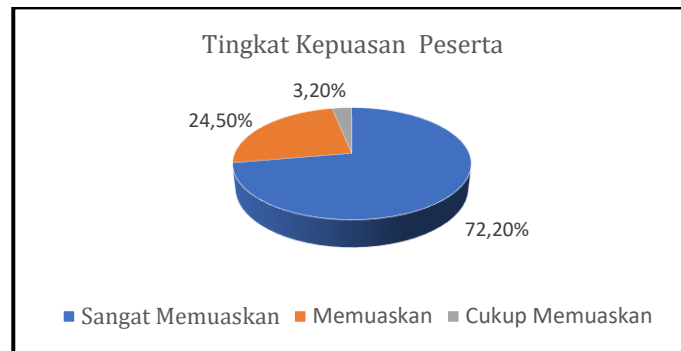
Evaluasi Kegiatan

Setelah kegiatan pengabdian masyarakat, maka langkah selanjutnya dilakukan evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui pembagian kuesioner kepuasan kepada 18 peserta. Kuesioner dilakukan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman dan kepuasan peserta terkait materi yang akan diajarkan. Skor kepuasan menggunakan skala nilai yaitu : 5 = sangat puas, 4 = memuaskan, 3 = cukup puas, 2 = kurang memuaskan, dan 1 = tidak memuaskan. Hasil skor presentasi penilaian kepuasan peserta seperti pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Nilai Kepuasan Peserta

No.	Penilaian	Skor Penilaian					Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Bagaimana penilaian Anda terhadap materi yang disampaikan dalam pelatihan ini?	72,2%	27,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
2	Seberapa jelas dan mudah dipahami penjelasan mengenai aplikasi berikut?						
	a. ChatGPT	77,8%	22,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
	b. Gemini AI	55,6%	44,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
	c. Bing Image Creator	61,1%	38,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
	d. Canva AI	88,9%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
	e. Photoroom AI	44,4%	44,4%	11,1%	0,0%	0,0%	100%
	f. Gamma AI	88,9%	11,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
3	Seberapa bermanfaat aplikasi-aplikasi AI yang diajarkan dalam pelatihan ini untuk bisnis Anda?	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
4	Bagaimana penilaian Anda terhadap keahlian dan kompetensi instruktur dalam pelatihan ini?	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
5	Seberapa efektif metode penyampaian materi dalam pelatihan ini	66,7%	16,7%	16,7%	0,0%	0,0%	100%
6	Bagaimana Anda menilai fasilitas dan materi pendukung yang disediakan selama pelatihan?	83,3%	11,1%	5,6%	0,0%	0,0%	100%
7	Apakah Anda merasa pelatihan ini sesuai dengan harapan dan kebutuhan bisnis UMKM Anda?	77,8%	16,7%	5,6%	0,0%	0,0%	100%
Total Jumlah		72,2%	24,5%	3,2%	0,0%	0,0%	100%

Berdasarkan Tabel 2 diatas maka diperoleh data kepuasan yaitu sangat memuaskan sebesar 72,2%, memuaskan sebesar 24,5%, dan cukup memuaskan sebesar 3,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan konten marketing menggunakan Aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan sangat bermanfaat untuk menunjang bisnis terutama dalam pembuatan konten pemasaran.



Gambar 5. Grafik Tingkat Kepuasan Peserta

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan manfaat yang signifikan untuk peningkatan keterampilan para pengrajin batik sehingga dapat mencari ide konten marketing dengan menggunakan aplikasi ChatGPT, Gemini AI, Bing Image Creator dan keterampilan pembuatan konten marketing dengan menggunakan aplikasi Canva, Potoroom AI, dan Gamma AI. Hasil evaluasi kegiatan diperoleh tingkat kepuasan yaitu sangat memuaskan sebesar 72,2%, memuaskan sebesar 24,5%, dan cukup memuaskan sebesar 3,2%.

Saran dari kegiatan pelatihan dan pendampingan ini digital marketing ini yaitu Pelatihan dan pendampingan digital marketing bisa dilakukan kembali dikemudian hari dengan materi penggunaan aplikasi-aplikasi AI lain seperti Copy AI, Jasper AI, dan Lumen5 untuk optimalisasi Digital Marketing UMKM Kampoenng Batik Kauman.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kepada LPPM Universitas Pekalongan yang telah memberikan bantuan dana hibah Pengabdian kepada Masyarakat, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahluwalia, L., Angelica, S., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Implementasi Artificial Intellegence Dan Aplikasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Umkm Desa Hanura, Pesawaran. *COMMENT: Journal of Community Empowerment*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.33365/comment.v3i1.292>
- APJII. (2023). Survey Penetrasi dan Perilaku Internet. In *Survey Internet Indonesia*.
- Aryanto, V. D. W., & Wismantoro, Y. (2020). *Marketing Digital : Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius.
- Choirina, P., Jannah, U. M., Wahyudi, F., Rohman, M., Tjiptady, B. C., Rezaky, M. F. A., & Mukhlis, A. (2023). Pelatihan Digital Marketing untuk Meningkatkan Pemasaran dan Ketahanan Pangan untuk Produk UMKM pada Kopi Mbah Bongso di Dusun Babadan. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 4(01), 52-62.
- Choirina, P., Tjiptady, B. C., Fadliana, A. F., Rohman, M., Wahyudi, F., & Darajat, P. P. (2022). Peningkatan marketing UMKM dengan pelatihan desain grafis untuk karang taruna Desa Plandi, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 2(1), 8-16.
- Dharomesz, V. Y., Adyantari, A., Sasmita, R. P. H., & Noventa, O. C. (2023). Pelatihan dan

- Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 2(06), 469–475. <https://doi.org/10.62668/sabangka.v2i06.815>
- Julianto. (2023). Pemanfaatan Chat GPT Open AI Terhadap Analisis dan Strategi dalam Meningkatkan Performa Penjualan Produk secara Digital. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*, 11, 399–404.
- Maihani, S., Syalaisha, S. N., & Nur, T. M. (2023). Peran Kecerdasan Buatan Artificial Intelligence (AI) dalam Inovasi Pemasaran. *Warta Dharmawangsa*, 17, 1651–1661.
- Muhardono, A., Citradika, D. P., Satrio, D., Adriyana, R., Khasanah, K., & Pekalongan, U. (2024). Pelatihan Optimalisasi Konten Instagram dengan menggunakan Aplikasi ChatGPT. *Pena Abdimas*, 5(2), 119–126.
- Muhardono, A., & Satrio, D. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Bagi Pelaku Umkm di Desa Kertoharjo Kelurahan Kuripan Kertoharjo. *E-Amal: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 01(03), 359–368.
- Mulyani, T., Purwanto, P., & Fitriyani, Y. (2024). Peningkatan Kemampuan dalam Membuat Media Promosi Melalui Pelatihan Edit Foto Produk Menggunakan Aplikasi Photoroom. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(1), 790–798. <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/Concept/article/view/950>
- Nalendra, M. A. S., Caniago, D. P., Hernando, L., Husna, A., Sapitri, R., Kremer, H., Harahap, W. L., & Nurcholiq, R. (2023). Revolusi Digital : Pemanfaatan Teknologi AI Dalam Display Produk UMKM Olahan Hasil Laut. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat) Royal*, 6(4), 673–678. <https://doi.org/10.33330/jurdimas.v6i4.2804>
- Nurhaida, D., Amran, E., Nugraha, E. R., Osman, A. F. Bin, & Shafira, A. N. (2023). Utilizing Artificial Intelligence (AI) Technology to support MSMEs businesses: ChatGPT. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 910–918. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i4.15005>
- Rahman, S. (2024). *Panduan Optimalisasi AI untuk Digital Marketing*. PT. Elex Media Komputindo.
- Saud, D. S. Al, & Alfarini, L. (2024). The Effectiveness of Using Microsoft Bing Image Creator in Enhancing Student's Painting Performance, Painting Creative Ideas, and Attitudes Toward IT. *Journal of Research Administration*, 6(1), 975–992.
- Sunarjo, W. A., Muhardono, A., Wibowo, D. E., & Maghfiroh. (2023). Qrcode Based Batik Product Labeling Innovation as A Strengthening of Personal Branding and Increasing The Marketing of Batik Msmes as Competition Preparedness in the Global Market. *ABDI Dosen Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(4), 1446–1452.
- Taufik, I., & Kurniawan, A. A. (2023). The Role of Artificial Intelligence in Digital Marketing Innovation. *Formosa Publisher*, 2(1), 29–40.
- Tjiptady, B. C., Rahman, R. Z., Pradani, Y. F., Sulaiman, M. S., Machfuroh, T., & Saepuddin, A. (2021). Sosialisasi peningkatan perekonomian masyarakat melalui badan usaha milik desa di Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 1(1), 35–40.