



Penggunaan Teknologi AI dan Strategi Pemasaran Digital untuk Mendorong Pertumbuhan Penjualan Usaha Kecil Menengah di Wilayah Sulawesi Selatan.

Article history
Received: 11-12-2023
Revised: 11-02-2024
Accepted: 05-04-2023
DOI: 10.35329/jurnal.v4i1

^{1*}Ahyar Muawwal, ²Renny, ³Bahrul Ulum Ilham, ⁴Hasniati
¹²⁴STMIK Kharisma Makassar, ³ITB Nobel.

*Corresponding author
ahyar@kharisma.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan entitas ekonomi independen yang dimiliki oleh individu yang memenuhi standar tertentu dan memiliki peran penting dalam ekonomi nasional. UMKM di Sulawesi Selatan, termasuk di Kota Makassar, juga merupakan komponen ekonomi yang berharga, namun keberlangsungannya dapat terancam karena kurang mengikuti perkembangan teknologi. Beberapa tantangan yang dihadapi antara lain kesulitan dalam menyusun laporan keuangan, kendala dalam pemasaran berbasis teknologi, dan kurangnya platform penjualan online yang efektif, serta minimnya keterampilan dalam manajemen. Program Pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan sosialisasi, pendampingan, dan pengembangan sistem, dengan fokus utama pada pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan dan pemasaran digital untuk memberikan dukungan dalam manajemen usaha, promosi, dan pemasaran. Kemitraan dilakukan untuk meningkatkan penjualan UMKM melalui: (a) pendampingan dalam menggunakan kecerdasan buatan untuk memudahkan manajemen usaha, pemasaran, dan penjualan, (b) pendampingan dalam menerapkan sistem informasi berbasis website yang berfungsi sebagai marketplace lokal bersama mitra sebagai sarana pemasaran digital, dan (c) pendampingan dalam manajemen dan pelaporan keuangan digital untuk mempermudah pengelolaan pendapatan UMKM. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan kompetensi dalam manajemen pemasaran dan penjualan melalui penggunaan alat kecerdasan buatan seperti ChatGPT, aplikasi Marketplace lokal UMKM di Sulawesi Selatan, dan manajemen keuangan menggunakan alat SIAPIK.

Kata kunci: . *Kecerdasan Buatan, Penjualan, pemasaran, Sistem Informasi, UMKM,*



Gambar 1. Foto bersama setelah selesai Kegiatan.

1. PENDAHULUAN

UMKM adalah unit usaha produktif yang berdiri sendiri, dimiliki oleh orang perorangan yang memenuhi kriteria tertentu dan menjadi penopang ekonomi bangsa, saat ini UMKM diharapkan untuk mengadopsi perubahan ke arah digital sebagai langkah untuk mempromosikan produk mereka. Di Sulsel, terdapat sekitar 1,2 juta pelaku UMKM, tetapi hanya sekitar 10 persen atau sekitar 120 ribu yang telah menggunakan teknologi digital. (Gani, 2021). Plutsulsel sendiri sudah berdiri sejak tahun 2016 yang di dalamnya terdiri beberapa kelompok usaha seperti manufaktur, makanan, minuman, craft dan beberapa usaha lainnya yang menjadi satu dalam bentukan kelompok usaha.

Sejak 2021 plutsulsel telah aktif di beberapa desa bergerak manajerial kelompok-kelompok usaha yang sudah ada. Dalam pergerakan plutsulsel ini mampu membantu dalam sisi manajemen, menggunakan imajinasi untuk menambah nilai pada komoditas yang melimpah di desa (Anas, 2021). Sejak saat ini pula banyak beberapa usaha yang tergabung dalam plutsulsel namun belum mendapatkan keterampilan teknologi digital yang mumpuni hingga dapat bersaing dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Pemasaran yang dilakukan oleh beberapa UMKM kelompok usaha plut juga masih terbilang sederhana dengan memanfaatkan flyer, titip barang dalam toko oleh – oleh dan beberapa pemanfaatan media konvensional lainnya.

Salah satu kehadiran ditahun ini yang terus berkembang pesat adalah teknologi kecerdasan buatan sehingga perlu adanya inovasi dalam sisi kecerdasan buatan yang akan membantu dalam perkembangan usaha dari UMKM khususnya yang tergabung dalam plutsulsel. Dapat dilihat salah satunya dalam seperti beberapa kasus seperti ada UMKM yang belum mampu membuat website, Beberapa UMKM memiliki kemampuan untuk membuat situs web, tetapi mengalami kesulitan dalam membuat copywriting yang menarik.. Ada yang mampu membuat desain, namun ada yang belum mampu membuat gambar atau kalimat yang persuasive sehingga perlu keterampilan tersendiri (SATITO, 2023). Sedangkan jika mengharapkan UMKM sendiri, dimana pelaku usahanya adalah individu untuk melakukan pemasaran, menyusun kalimat jualan, membuat website, foto produk, membuat laporan keuangan, yang harus dilakukan semua sendiri maka proses tersebut akan cukup melelahkan, memakan waktu hingga perlu skill tersendiri dalam melakukannya.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh plutsulsel dengan segala keterbatasan sumber anggaran, sarana dan prasarana, adalah dengan kegiatan sederhana melalui

sosialisasi dan edukasi secara massif. Kegiatan tersebut selama ini dilakukan melalui kegiatan-kegiatan kunjungan dan sosialisasi di beberapa kesempatan saja, dan melakukan bantuan dalam proses pemasaran melalui stakeholder yang bekerjasama dengan plutsusel sehingga usaha dalam menyebarluaskan informasi produk, dan jualan kelompok usaha masih kurang tersosialisasi. Untuk itu dibutuhkan media Informasi, pemanfaatan serta kemampuan dalam mengelola sistem Informasi yang nantinya dapat dimanfaatkan sebagai sarana dalam menyebarluaskan promosi produk – produk dari kelompok usaha plutsusel tersebut.



a. Sosialisasi kewirausahaan kelompok usaha



b. proses produksi produk



c. penyusunan bisnis plan usaha



d. penitipan produk jualan

Gambar 1.1 Rangkaian proses siklus usaha kelompok di plutsusel

Kelompok usaha yang berada pada plutsusel yang berada di kota makassar saat ini terus melakukan proses pengembangan kewirausahaan yang tidak hanya pemasaran produk namun juga bergerak dalam pembinaan kewirausahaan. Setelah melakukan komunikasi dengan pengurus, maka yang menjadi permasalahan utama yang dihadapi antara lain :

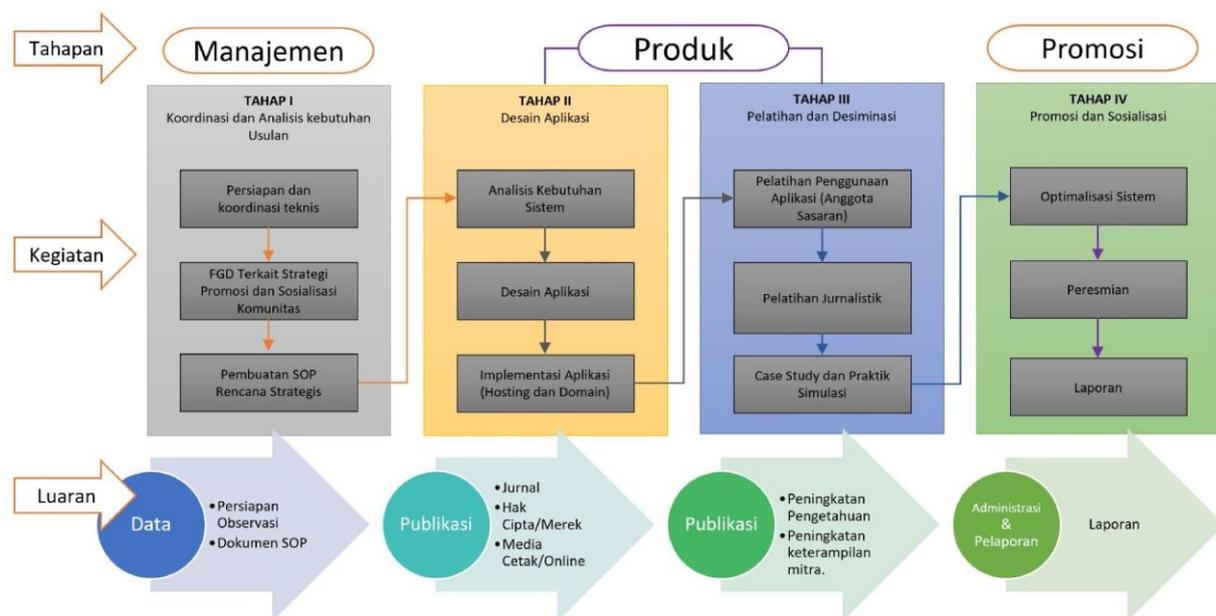
1. Rendahnya kesadaran anggota UMKM di plutsusel terhadap perkembangan teknologi yang semakin pesat
2. Tidak adanya media promosi dan pemasaran yang memanfaatkan teknologi yang menunjang dalam penjualan produk usaha dari anggota UMKM yang tergabung dalam kelompok usaha pada plutsusel
3. Kurangnya skill/kemampuan anggota UMKM dalam memanfaatkan sistem informasi berbasis website
4. Ketidak tahuan anggota UMKM dalam membuat copywriting, kalimat jualan hingga foto produk yang baik dalam mendukung pemasaran usaha
5. Kurangnya skill/kemampuan anggota UMKM dalam Menyusun laporan keuangan yang Bankable.

Berdasarkan permasalahan yang ada tersebut maka solusi yang ditawarkan adalah sosialisasi, pendampingan hingga pembuatan prototype produk untuk marketplace untuk jualan. Untuk sosialisasi pendampingan dalam membantu pemasaran, kemampuan menulis jualan, baik dalam membuat copwriting hingga foto produk menggunakan beberapa tools yang ada dimana untuk membuat konten jualan menggunakan teknologi kecerdasan buatan yakni CHATGPT dan DALL - E2. Kecerdasan Buatan adalah istilah yang merujuk pada kemampuan komputer atau sistem komputer untuk menyelesaikan tugas yang memerlukan kecerdasan manusia, seperti memahami bahasa, membuat keputusan, dan mengenali pola., dan pemecahan masalah kompleks (Stuart J. Russell, 2010). Penggunaan kecerdasan buatan ini membantu dimana pemasaran digital Pemasaran digital adalah pendekatan pemasaran yang memanfaatkan platform digital, seperti internet, media sosial, email, dan mesin pencari, guna memperkenalkan produk atau layanan.. Ini melibatkan penggunaan berbagai saluran digital untuk mencapai dan berinteraksi dengan audiens target (Chaffey & Chadwik, 2019).

Untuk permasalahan skill UMKM dalam menyusun laporan keuangan akan dipandu dengan menggunakan SIAPIK. Dimana proses pencatatan keuangan digital adalah praktik pengelolaan dan dokumentasi transaksi keuangan menggunakan perangkat lunak dan sistem komputer. Ini mencakup pencatatan pendapatan, pengeluaran, aset, liabilitas, dan semua aspek keuangan perusahaan atau individu melalui alat digital seperti perangkat lunak akuntansi dan aplikasi keuangan (Zunaidi et al., 2023). Dan tahap akhir akan masuk dalam pembuatan dan implementasi prototype aplikasi marketplace pada plutsulsel.com dimana konten dibuat berdasarkan pelatihan dari skill kecerdasan buatan, hingga nanti penjualan dikelola melalui aplikasi keuangan.

2. METODE

Metode pelaksanaan program Program Pengabdian Masyarakat Sebagaimana ditunjukkan dibawah ini



Gambar 1.2. Tahapan Kegiatan

Tahapan pelaksanaan secara garis besar dijelaskan sebagai berikut :

- a) Tahap I, melibatkan Koordinasi dan Analisis kebutuhan Usulan, mencakup :
 1. Pada Tahap I, dilakukan persiapan dan koordinasi lanjutan untuk memperkuat implementasi usulan di kelompok mitra.
 2. Focus Group Discussion (FGD) Terkait strategi promosi dan sosialisasi komunitas, pada tahapan ini diskusi dilakukan secara berkelompok melibatkan

anggota komunitas untuk menyusun kebutuhan dalam pendampingan setiap anggota komunitas terkait program yang dilakukan.

3. Pembuatan SOP Rencana Strategis dilakukan setelah FGD dilakukan guna mendukung perencanaan program yang matang ke depan dan terdokumentasinya setiap pelaksanaan kegiatan baik dalam rangka pengembangan sistem hingga pendampingan tepat guna (Salam, 2016).

Pada tahap I ini dihasilkan dokumen persiapan dan perencanaan yang matang. Selain itu tahapan ini menghasilkan SOP yang dibutuhkan. Keterlibatan mitra dalam tahap ini, memastikan bahwa langkah kerja yang dilakukan tim menyesuaikan kondisi mitra di lokasi.

b) Tahap II, berupa Desain Aplikasi berbasis Website yang terdiri dari :

1. Analisis kebutuhan sistem, pada tahapan ini, mulai dibuat perencanaan User Interface sesuai dengan kebutuhan proses komunikasi data yang telah dirancang pada tahapan sebelumnya sehingga project yang dihasilkan dapat lebih terencana (Purnomo, 2017).
2. Desain Aplikasi, pada tahapan ini, akan dikerjakan desain Aplikasi berdasarkan hasil analisis kebutuhan. Tahapan ini akan menghasilkan paket Aplikasi berbasis website yang bersifat prototype (R. Susanto and A. D. Andriana, 2016).
3. Implementasi Aplikasi, pada tahapan ini dilakukan Registrasi Domain dan Web Hosting pada penyedia jasa layanan hosting dan domain.

Pada tahap II ini masuk pada tahapan perancangan sistem, dimana mitra terlibat aktif menyesuaikan Analisa kebutuhan sistem yang dipersyaratkan sudah sesuai dengan kebutuhan dan permasalahan mitra. Luaran yang ditargetkan pada tahap ini berupa publikasi pada Jurnal pengabdian masyarakat, selain itu Hak Cipta dan publikasi ke media berita nasional.

c) Tahap III, berupa Pelatihan dan Desiminasi yang terdiri dari :

1. Pelatihan Penggunaan Aplikasi (Anggota Sasaran), pada tahapan ini, aplikasi yang dikembangkan selanjutnya dilatihkan kepada mitra sesuai rekomendasi anggota sasaran yang disepakati. Kegiatan pendampingan yang dilakukan menggunakan pendekatan model Edukatif, Model Participatory Rural Appraisal (PRA) (Zakaria, 2018), Model Participatory Technology Development (Mandloi, Lokendra Singh Patel & Verma, 2014), dan Model Community development (Triyono, 2014).
2. Pelatihan Kecerdasan buatan dan juga manajemen keuangan, pada tahapan ini, kegiatan dilakukan melibatkan seluruh anggota komunitas untuk belajar membuat copywriting menggunakan CHATGPT, kontent marketing jualan, foto produk menggunakan DALL E-2, pencatatan dan manajemen keuangan secara otomatis dengan menggunakan kecerdasan buatan menggunakan tools SIAPIK.
3. Case Study dan Praktik Simulasi, pada tahapan ini setiap anggota yang telah dilatih selanjutnya melakukan praktikum menggunakan Aplikasi online secara langsung dengan model pendampingan.

Tahapan III ini berupa pelatihan dan pendampingan mitra. Secara aktif pada tahap ini mitra secara partisipatif ikut dalam kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim. Luaran dari tahapan ini berupa peningkatan kapasitas anggota kelompok usaha UMKM plutsusel sebagai sasaran.

d) Tahap IV, berupa Promosi dan Sosialisasi yang terdiri dari :

1. Optimalisasi Sistem, pada tahapan ini, sistem yang telah dibuat selanjutnya dioptimalisasi untuk memaksimalkan fungsionalitas dalam penyebaran Informasi dan edukasi, termasuk sosialisasi kegiatan-kegiatan dalam

mendukung peningkatan usaha oleh anggota kelompok usaha plutsusel yang di implementasikan pada plutsusel.com.

2. Peresmian, pada tahapan ini selanjutnya dilakukan peresmian dengan melibatkan unsur Komunitas, Pemerintah setempat, dan Unsur Pelaksana Program.
3. Pada tahap ini, dokumen laporan kegiatan yang telah dilakukan disusun.

Tahapan IV memastikan bahwa prototype produk yang diimplementasikan ke mitra dapat dipromosikan dan diujicobakan secara publik. Selain itu luaran dari tahapan akhir ini berupa laporan kegiatan dan dapat dilakukan evaluasi kegiatan yang dilakukan selama 1 tahun

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pelaksanaan program pengabdian ini didapatkan para pelaku usaha Mendapatkan peningkatan kompetensi berdasarkan beberapa sosialisasi dan pendampingan dimana antara lain



Pendampingan manajemen pemasaran



Pendampingan teknik prompting AI



Pendampingan manajemen pemasaran



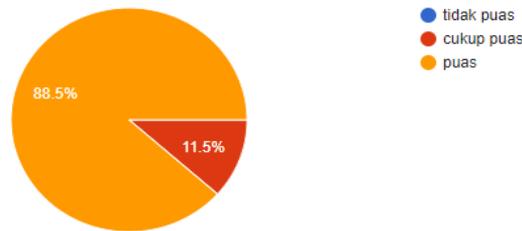
pembuatan prototype marketplace plutsusel

Gambar 1.3 Proses Pendampingan berjalan

Dimana hasil capaiannya dapat di ukur berdasarkan hasil survey dengan ukuran indikator capaian kepuasan dengan skala tidak puas, cukup puas dan puas dengan responden adalah seluruh pelaku usaha dalam kelompok usaha plutsusel dengan hasil sebagai berikut

Pemasaran digital dapat membantu usaha mitra dengan baik dalam menunjang bisnis mitra

26 responses

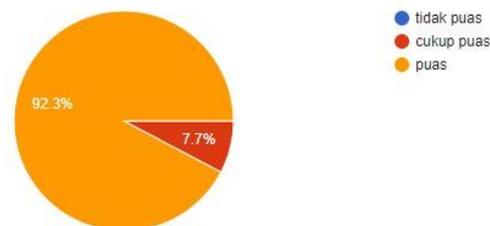


Gambar 1.4 Indeks Kepuasan dalam pemasaran digital

Dari gambar 1.4 didapatkan bahwa para pelaku usaha memiliki indeks kepuasan sebesar 88.5% dimana pengabdian terasa dapat membantu pelaku usaha dengan baik dalam sisi pemasaran digital. Dan 11.5% pelaku usaha merasa cukup puas sehingga dapat dikatakan pengabdian terlaksana dengan baik

Pencatatan keuangan digital dapat membantu usaha lebih mudah dalam menata keuangan mitra

26 responses

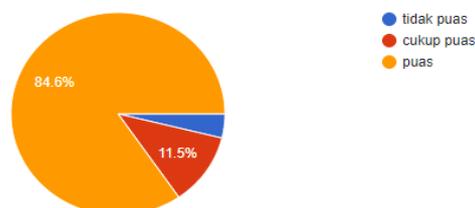


Gambar 1.5 Indeks Kepuasan dalam pencatatan keuangan digital

Dari gambar 1.5 didapatkan bahwa para pelaku usaha memiliki indeks kepuasan sebesar 92.3% dimana pengabdian terasa dapat membantu pelaku usaha pencatatan keuangan usahanya masing-masing. Dan 7.7% pelaku usaha merasa cukup puas sehingga dapat dikatakan pengabdian terlaksana dengan baik

pembuatan website dalam usaha mitra dapat membantu dalam peningkatan penjualan usaha mitra

26 responses

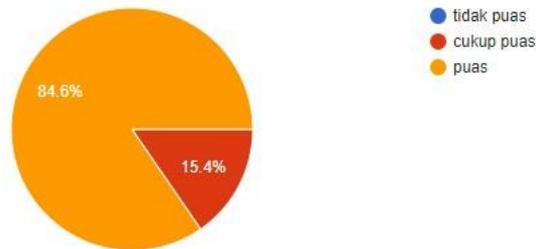


Gambar 1.6 Indeks Kepuasan dalam pembuatan website

Dari gambar 1.4 didapatkan bahwa para pelaku usaha memiliki indeks kepuasan sebesar 84.6 % puas, 11.5% cukup puas sehingga dapat dikatakan bahwa pembuatan website sesuai dengan target pengabdian walaupun ada yang mengatakan tidak puas mengingat sistem masih dalam tahapan prototype.

Implementasi AI dapat membantu mitra dengan baik untuk kedepannya dalam mendukung peningkatan penjualan dan kemudahan pengelolaan digital

26 responses



Gambar 1.7 Indeks Kepuasan dalam Implementasi AI (Kecerdasan Buatan)

Dari gambar 1.5 didapatkan bahwa para pelaku usaha memiliki indeks kepuasan sebesar 84.6% dimana pengabdian terasa dapat membantu pelaku usaha dengan adanya AI / Kecerdasan Buatan dalam peningkatan penjualan dan kemudahan pengelolaan digital. sehingga dapat dikatakan pengabdian terlaksana dengan baik

4. SIMPULAN

Dalam pengabdian ini dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain

1. Penggunaan tools kecerdasan buatan seperti CHATGPT dapat membantu para pelaku usaha dalam membuat kontent untuk jualan dan kalimat untuk berjualan, sedangkan DALL-E2 membantu dalam fotografi produk sehingga membantu para pelaku usaha untuk focus dalam pengembangan produknya dikarenakan kehadiran tools ini membantu dalam pemasaran produknya.
2. Penggunaan catatan keuangan dengan menggunakan SIAPIK sangat berpengaruh dalam membantu pelaku usaha untuk membukukan pelaporan keuangannya sehingga nantinya dapat membantu dalam memberikan laporan keuangan baik ketika mengakses perbankan
3. Media website prototype yang dibuat menjadi salah satu solusi dalam peningkatan penjualan pada para pelaku usaha kelompok UKM PLUT SULSEL.

DAFTAR PUSTAKA

- Anas, S. (2021). *PLUT Sulsel Latih Kewirausahaan Kelompok Usaha Desa Lampoko*. Tribuntimur News. <https://makassar.tribunnews.com/2021/11/10/konsultan-plut-sulsel-latih-kewirausahaan-kelompok-usaha-desa-lampoko>
- Chaffey, D., & Chadwick, F. E. (2019). *Digital Marketing (7th Edition)* (7th ed.). Pearson.
- Gani, A. hayat. (2021). *Melalui Digitalisasi Ekonomi, akan Mampu Meningkatkan Taraf Hidup Para Pelaku UMKM*. Sulselprov News. <https://sulselprov.go.id/welcome/post/sekprov-sulsel-melalui-digitalisasi-ekonomi-akan-mampu-meningkatkan-taraf-hidup-para-pelaku-umkm>
- Mandloi, Lokendra Singh Patel, D., & Verma, R. (2014). Participatory Technology Development (PTD) Trials in India. *Participatory Technology Development, PTD, India, Department of International Cooperation, Agroforestry Systems*. <https://orgprints.org/id/eprint/27523/>
- Purnomo, D. (2017). Model Prototyping Pada Pengembangan Sistem Informasi. *JIMP- Jurnal Inform. Merdeka Pasuruan*, 2(2).
- R. Susanto and A. D. Andriana. (2016). Perbandingan Model Waterfall dan Prototyping Untuk Pengembangan Sistem Informasi. *Maj. Ilm. Unikom*, 14(1), 1–2.
- Salam, R. (2016). Penerapan Fungsi Administrasi Perkantoran Modern berbasis Daya Saing Organisasi dalam menyongsong MEA 2015. *Prosiding Seminar Nasional Himpunan Sarjana Ilmu-Ilmu Sosial*, 1(1), 186–190.
- SATITO, B. P. H. (2023). *Kecerdasan Buatan yang Bantu UMKM Indonesia Go Digital*. Fortuneidn. <https://www.fortuneidn.com/tech/bayu/maia-kecerdasan-buatan-yang-bantu-umkm-indonesia-go-digital>
- Stuart J. Russell, P. N. (2010). *Artificial Intelligence: A Modern Approach (3rd ed.)*. Pearson.
- Triyono, A. (2014). *Pemberdayaan Masyarakat melalui community development program posdaya (pos pemberdayaan keluarga)*. PT. Holcim Indonesia Tbk Pabrik Cilacap.
- Zakaria, Z. (2018). MODIFIKASI KONSEP PARTICIPATORY RURAL APRAISAL UNTUK PEMBEKALAN KULIAH KERJA NYATA MAHASISWA DI JAWA BARAT, INDONESIA. *Dharmakarya*, 7(1).
- Zunaidi, R. A., Wahyuni, A. E., Prihadianto, R. D., & Tajtibra, F. (2023). Urgensi Pencatatan Keuangan Digital berbasis Ponsel UMKM di Kota Surabaya Rizqa. *ABDIMASKU : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(1), 56–62.