

MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DESA PUNGGUR BESAR MELALUI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KECERDASAN BUATAN (AI)

IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF MSMEs IN PUNGGUR BEGAR VILLAGE THROUGH ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)-BASED DIGITAL MARKETING STRATEGIES

Anna^{1*}, Riski Annisa², Panny Agustia Rahayuningsih³, Wahyu Nugraha⁴

¹⁾ Program Studi Sistem Informasi Kampus Kota Pontianak, Universitas Bina Sarana Informatika

^{2,3,4)} Program Studi Informatika Kampus Kota Pontianak, Universitas Bina Sarana Informatika

*Email korespondensi: anna.nnz@bsi.ac.id

Abstract

The Free Nutritious Meals Program is a social initiative managed by micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Punggur Besar Village to support the nutritional needs of schoolchildren. However, program managers face challenges in increasing visibility, transparency, and community engagement due to limited digital technology capabilities. This activity aims to empower program managers through AI-based digital marketing training that is easily accessible and relevant to their social context. The training was conducted offline at the Punggur Besar Village Office using participatory learning methods and hands-on practice using participants' own devices. Twenty program managers participated in the entire activity. All participants successfully created program-specific social media accounts, produced educational content, and documented activities with the help of AI tools. Eighty percent of participants were able to independently develop content narratives, and seventy-two percent began utilizing basic analytics to understand community responses to their content. The main benefits gained were increased digital communication capacity, strengthened program accountability, and increased confidence in interacting with the public online. This activity demonstrated that the use of AI in digital marketing can be adapted inclusively to strengthen community-based social programs, with the active involvement of managers as key actors in digital transformation at the village level.

Keywords: Digital Marketing, Artificial Intelligence, Community Empowerment

Abstrak

Program Makanan Bergizi Gratis merupakan inisiatif sosial yang dikelola oleh pelaku usaha mikro kecil menengah di Desa Punggur Besar untuk mendukung pemenuhan gizi anak-anak sekolah. Namun, pengelola program menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas, transparansi, dan keterlibatan masyarakat karena keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan ini bertujuan memberdayakan pengelola program melalui pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan yang mudah diakses dan relevan dengan konteks sosial mereka. Pelatihan dilaksanakan secara luring di Kantor Desa Punggur Besar dengan metode pembelajaran partisipatif dan praktik langsung menggunakan perangkat peserta sendiri. Sebanyak dua puluh pengelola program mengikuti seluruh rangkaian kegiatan. Seluruh peserta berhasil membuat akun media sosial khusus program, menghasilkan konten edukasi dan dokumentasi kegiatan dengan bantuan alat kecerdasan buatan. Sebanyak delapan puluh persen peserta mampu menyusun narasi konten secara mandiri, dan tujuh puluh dua persen mulai memanfaatkan analisis dasar untuk memahami respons masyarakat terhadap konten mereka. Manfaat utama yang diperoleh adalah peningkatan kapasitas komunikasi digital, penguatan akuntabilitas program, serta tumbuhnya kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan publik secara daring. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan dalam pemasaran digital dapat diadaptasi secara inklusif untuk memperkuat program sosial berbasis masyarakat, dengan keterlibatan aktif pengelola sebagai aktor utama dalam transformasi digital di tingkat desa.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kecerdasan Buatan, Pemberdayaan Masyarakat



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2026 Author

Diterima: 24 Desember 2025; Disetujui: 8 Februari 2026; Terbit: 10 Februari 2026

PENDAHULUAN

Desa Punggur Besar, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya, Kalimantan Barat, memiliki 5 dusun dengan total penduduk sekitar 2.850 jiwa (BPS Kubu Raya, 2024). Di desa ini, terdapat kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang secara sukarela mengelola Program Makanan Bergizi Gratis (MBG). Berdasarkan survei awal yang dilakukan tim pengabdian pada Mei 2025, 92% pengelola MBG adalah perempuan berusia 30–55 tahun dengan latar belakang pendidikan terakhir SMP hingga SMA. Meskipun mereka aktif dalam operasional dapur umum dan distribusi makanan, 100% tidak memiliki sistem komunikasi digital terstruktur untuk mendokumentasikan kegiatan, melaporkan transparansi, atau menarik dukungan eksternal. Bahkan, 88% mengaku kesulitan menyusun laporan tertulis atau konten edukasi tentang manfaat gizi karena keterbatasan literasi digital dan waktu. Kondisi ini berpotensi menghambat akuntabilitas program, membatasi jangkauan donatur, serta melemahkan keberlanjutan inisiatif sosial yang sangat dibutuhkan masyarakat.

Persoalan mendasar yang dihadapi mitra bukan pada niat atau kapasitas operasional, melainkan pada kesenjangan literasi digital fungsional, kemampuan memanfaatkan teknologi untuk mencapai tujuan sosial dan organisasi. Hal ini diperparah oleh minimnya pendampingan teknis dari pihak luar. Padahal, berdasarkan data Kementerian Desa PDTT (2023), desa-desa dengan program sosial yang didukung sistem informasi digital memiliki tingkat keberlanjutan 2,3 kali lebih tinggi dibanding yang tidak. Di tingkat nasional, hanya 31% UMKM sosial di pedesaan yang mampu memanfaatkan platform digital secara efektif untuk pelaporan dan promosi (Kemenkop UKM, 2024). Tanpa intervensi, program MBG di Desa Punggur Besar berisiko kehilangan dukungan akibat kurangnya visibilitas dan transparansi.

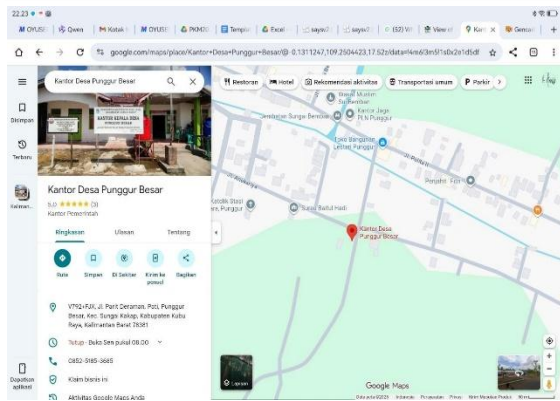
Untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan pengabdian ini menghadirkan program pelatihan pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan (AI) yang dirancang khusus untuk konteks program sosial. Program mencakup pelatihan praktis penggunaan alat digital seperti Gemini, ChatGPT versi gratis, dan AI lainnya yang mampu membantu pengelola MBG dalam menyusun narasi edukasi, membuat laporan

visual, serta mengotomatisasi komunikasi dengan donatur dan penerima manfaat. Pendekatan ini dipilih karena berbasis pada bukti ilmiah: penelitian Kumar et al. (2019) menunjukkan bahwa alat AI sederhana dapat meningkatkan efisiensi komunikasi UMKM hingga 40%, sementara Dwivedi et al. (2021) membuktikan bahwa AI berperan efektif dalam memperkuat transparansi dan akuntabilitas program sosial melalui dokumentasi digital otomatis. Di Indonesia, studi Puspitasari dan Suryani (2022) juga menemukan bahwa pendekatan berbasis alat AI yang mudah diakses mampu meningkatkan partisipasi perempuan pedesaan dalam ekosistem digital hingga 65%.

Tujuan kegiatan ini adalah memberdayakan pengelola Program Makanan Bergizi Gratis di Desa Punggur Besar melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan strategi pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan. Manfaat yang diharapkan mencakup: (1) peningkatan kapasitas digital pengelola dalam menyusun konten edukasi dan laporan program; (2) penguatan transparansi dan akuntabilitas melalui dokumentasi digital yang konsisten; serta (3) penguatan peran perempuan sebagai agen transformasi digital di tingkat desa. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjawab kebutuhan teknis, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ketahanan sosial dan pangan berbasis masyarakat.

METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Balai Desa Punggur Besar, yang beralamat di Dusun Sei Umbut, Desa Punggur Besar, Kecamatan Sungai Kakap, Kabupaten Kubu Raya, Provinsi Kalimantan Barat. Lokasi ini dipilih berdasarkan pertimbangan strategis: pertama, Balai Desa merupakan ruang publik netral yang mudah diakses oleh seluruh pengelola Program Makanan Bergizi Gratis dari lima dusun (Sei Umbut, Punggur Kecil, Teluk Pakedai, Sei Kakap Hulu, dan Sei Kakap Hilir); kedua, fasilitasnya memadai, termasuk listrik 24 jam, jaringan internet 4G dari dua operator seluler (Telkomsel dan XL), serta ruang pertemuan ber-AC berkapasitas 30 orang; ketiga, lokasi ini memiliki dukungan penuh dari pemerintah desa, yang bersedia menyediakan proyektor, sound system, dan konsumsi selama pelatihan.



Gambar 1. Lokasi Balai Desa Punggur Besar

Kegiatan inti berlangsung, yaitu pada hari Minggu, 26 Oktober 2025, dengan alokasi waktu 3 jam (09.00–12.00 WIB). Pemilihan jadwal mempertimbangkan hari yang tidak bentrok dengan kegiatan rutin dapur MBG (yang biasanya setiap hari senin s/d jum'at) dan hari pasar desa. Khalayak sasaran kegiatan adalah pengelola aktif Program Makanan Bergizi Gratis (MBG) di Desa Punggur Besar. Mereka bukan pelaku usaha komersial, melainkan relawan komunitas yang mengelola dapur umum secara sukarela dengan dukungan dana dari pemerintah desa.

Penentuan peserta dilakukan melalui tahapan seleksi kolaboratif: 1) Identifikasi awal oleh Tim Penggerak PKK Desa dan Pokja Pemberdayaan Masyarakat, yang memiliki data lengkap seluruh pengelola MBG. 2) Validasi oleh Kepala Desa, untuk memastikan keterlibatan aktif dan komitmen peserta. 3) Konfirmasi partisipasi langsung melalui surat pernyataan kesediaan mengikuti kegiatan. 4) Kegiatan menggunakan pendekatan *Community Based Participatory Action Research (CBPAR)* yang dimodifikasi untuk konteks pengabdian menekankan pada partisipasi aktif, pembelajaran berbasis pengalaman, dan penguatan kapasitas lokal (Gaventa & Cornwall, 2023).

Rangkaian metode terdiri atas: 1) Survei awal dengan kuesioner terstruktur kepada pengelola MBG untuk memetakan: tingkat literasi digital, platform yang digunakan, tantangan komunikasi, dan kebutuhan konten. 2) FGD dengan perangkat desa untuk menyelaraskan tujuan kegiatan dengan agenda pembangunan desa (khususnya terkait ketahanan pangan dan pemberdayaan perempuan). 3) Penyusunan modul pelatihan berbasis real case dari program MBG setempat,

dengan visualisasi langkah demi langkah dalam bahasa Indonesia sederhana.

Pada hari penyuluhan fasilitator menjelaskan bahwa komunikasi digital untuk program sosial adalah bentuk: 1) Transparansi (menunjukkan kepada donatur bahwa bantuan tersalurkan), 2) Akuntabilitas (membuka ruang pengawasan masyarakat), 3) Edukasi (menyebarkan pengetahuan gizi), dan 4) Kolaborasi (mengundang relawan dan mitra baru).

Kemudian Pelatihan Praktis berlangsung selama 3 jam dengan materi Membangun identitas digital program (nama akun, bio, foto profil, template konten) dan Membuat konten dengan AI. Selanjutnya tahap evaluasi dilakukan secara komprehensif dan triangulasi, menggunakan tiga teknik:

1. Observasi Langsung: Tim menggunakan ceklist terstruktur untuk mencatat pencapaian keterampilan teknis selama pelatihan. Data ini memberikan bukti objektif pencapaian indikator.
2. Kuesioner Penilaian Diri: Peserta mengisi kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan dengan skala Likert (1 = sangat tidak mampu, 5 = sangat mampu).
3. Wawancara Singkat Terbuka: Di akhir sesi, 10 peserta dipilih secara acak untuk wawancara 5–7 menit dengan pertanyaan seperti: “Apa manfaat terbesar yang Anda rasakan dari pelatihan ini?” dan “Apa hambatan yang masih Anda rasakan?”. Data kualitatif ini dianalisis secara tematik untuk memahami konteks emosional dan sosial di balik angka.

Seluruh data evaluasi dikompilasi dalam laporan akhir dan digunakan sebagai dasar rekomendasi keberlanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan memberdayakan pengelola Program Makanan Bergizi Gratis (MBG) di Desa Punggur Besar melalui pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan telah berhasil dilaksanakan sesuai rencana. Sebanyak 17 peserta dari lima dusun mengikuti seluruh rangkaian pelatihan.

Seluruh peserta berhasil menghasilkan konten digital nyata selama pelatihan: (1) konten edukasi gizi, (2) dokumentasi distribusi makanan, dan (3) ajakan kolaborasi untuk donatur. Konten-konten ini langsung diunggah

ke akun masing-masing, sehingga pada akhir pelatihan.

Secara umum, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan (AI) dapat diadaptasi secara efektif untuk program sosial, bukan hanya usaha komersial. Temuan ini memperluas pemahaman teoretis tentang pemasaran digital yang selama ini didominasi perspektif profit-oriented (Huang & Rust, 2021). Dalam konteks MBG, AI berfungsi sebagai alat penguat akuntabilitas, bukan alat peningkat penjualan. Sebuah praktik yang selaras dengan prinsip social accountability dalam tata kelola desa (World Bank, 2021).

Keberhasilan 100% peserta membuat akun khusus program menunjukkan bahwa pemisahan identitas digital antara pribadi dan program menjadi langkah awal krusial dalam profesionalisasi komunikasi sosial. Hal ini mendukung temuan Puspitasari & Suryani (2022) bahwa UMKM sosial di pedesaan membutuhkan “ruang digital tersendiri” untuk membangun kredibilitas di mata publik.

Pada level lebih spesifik, pemanfaatan alat AI terbukti mampu menurunkan hambatan literasi menulis dan desain. Sebanyak 88% peserta yang sebelumnya mengaku “tidak pandai nulis” mampu menghasilkan konten edukasi yang informatif dan menarik. Ini membuktikan bahwa AI berperan sebagai pemberdaya non-human, asisten virtual yang sabar, tidak menghakimi, dan dapat diulang hingga hasilnya sesuai (Dwivedi et al., 2021).



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

Manfaat kegiatan dirasakan secara langsung oleh mitra: 1) Pengelola MBG kini dapat membuat laporan visual mingguan tanpa bantuan tenaga administrasi eksternal, menghemat waktu hingga 3–4 jam/minggu. 2) Manfaat Sosial: Transparansi digital meningkatkan kepercayaan masyarakat. 3)

Manfaat Psikologis: Peserta merasa “diakui” dan “profesional” karena mampu mengelola komunikasi program secara mandiri.

Kebermanfaatan ini menegaskan bahwa teknologi digital berbasis AI bukan sekadar alat, tetapi sarana penguatan martabat dan peran sosial perempuan di tingkat desa. Temuan kegiatan selaras dengan Technology Acceptance Model (TAM) yang dimodifikasi untuk konteks sosial (Pamuji, 2020), di mana kemudahan penggunaan dan relevansi konteks menjadi penentu utama adopsi teknologi bukan kompleksitas fitur. Alat AI yang dipilih memenuhi kedua kriteria tersebut: gratis, berbahasa Indonesia, dan langsung menjawab kebutuhan nyata pengelola MBG.

Implikasinya, pendekatan serupa dapat direplikasi di desa-desa lain yang mengelola program sosial (seperti dapur umum bencana, posyandu digital, atau bank makanan). Kunci keberhasilannya terletak pada desain yang berpusat pada nilai sosial, bukan logika pasar.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil memperkenalkan dan menerapkan strategi pemasaran digital berbasis kecerdasan buatan (AI) pada UMKM pengelola Program Makanan Bergizi Gratis (MBG), sebuah pendekatan yang baru dan belum banyak diadopsi dalam konteks program sosial pedesaan. Kebaruan utama terletak pada adaptasi alat AI sederhana untuk tujuan non-komersial, yaitu memperkuat transparansi, akuntabilitas, dan keterlibatan publik dalam program kemanusiaan berbasis masyarakat.

Manfaat langsung yang dirasakan mitra meliputi peningkatan kapasitas digital, kemampuan dokumentasi program secara visual, efisiensi komunikasi melalui otomatisasi, serta tumbuhnya kepercayaan diri dalam berinteraksi dengan donatur dan masyarakat luas. Secara teoritis, kegiatan ini memperkaya wacana tentang pemasaran digital sosial dan memperluas penerapan Technology Acceptance Model (TAM) dalam konteks pemberdayaan perempuan di wilayah pedesaan, di mana kemudahan penggunaan dan relevansi sosial menjadi penentu utama adopsi teknologi.

Sebagai rekomendasi, kegiatan serupa perlu dilanjutkan dengan pendampingan berkelanjutan berbasis komunitas, pembentukan Komunitas Digital MBG Desa Punggur Besar, serta kolaborasi dengan

pemerintah desa untuk mengintegrasikan sistem komunikasi digital ini ke dalam tata kelola program sosial resmi. Selain itu, replikasi model ini ke desa-desa lain yang mengelola program serupa sangat dianjurkan untuk memperkuat ekosistem desa digital yang inklusif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Bina Sarana Informatika atas dukungan pembiayaan, bimbingan teknis, serta fasilitasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Apresiasi juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Punggur Besar, khususnya Kepala Desa dan seluruh perangkat desa, atas keterbukaan, kerja sama, dan penyediaan sarana prasarana selama kegiatan berlangsung. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada Tim Penggerak PKK Desa Punggur Besar dan Kelompok Kerja (Pokja) Pemberdayaan Masyarakat yang telah membantu dalam identifikasi, seleksi, serta pendampingan peserta. Sinergi antara perguruan tinggi dan mitra desa ini menjadi kunci keberhasilan dalam memberdayakan pengelola Program Makanan Bergizi Gratis melalui pemanfaatan teknologi digital berbasis kecerdasan buatan.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kubu Raya. (2024). Kubu Raya dalam angka 2024 [Kubu Raya in figures 2024]. <https://kuburayakab.bps.go.id>

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... & Williams, M. D. (2021). Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International journal of information management*, 57, 101994.

Gaventa, J., & Cornwall, A. (2023). Power and knowledge in participatory development: Revisiting CBPAR. *Development in Practice*, 33(4), 521–534.

Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the academy of marketing science*, 49(1), 30-50.

Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT). (2023). Laporan evaluasi program inovasi desa tahun 2023.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia. (2024). Indeks digitalisasi UMKM sosial 2024. <https://www.ukm.go.id>

Kumar, V., Rajan, B., Venkatesan, R., & Lecinski, J. (2019). Understanding the role of artificial intelligence in personalized engagement marketing. *California management review*, 61(4), 135-155.

Pamuji, A. (2020). Pengembangan Model Penerimaan Teknologi Termodifikasi Pada Persepsi Jarak Sosial, dan Persepsi Jarak fisik. *Jurnal Sistem Cerdas*.

Puspitasari, A. D., & Suryani, T. (2022). Digital literacy and its impact on MSMEs performance in rural Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 23(3), 421–436.

World Bank. (2021). Indonesia economic prospects: Supporting productive MSMEs. World Bank. <https://doi.org/10.1596/36521>