

**PROGRAM PENGENALAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE UNTUK UMKM
DENGAN Chat GPT UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM**

Endah Wening Budiningrum¹, Agung Hartadi², Nurhadi Nugroho³, Purwanta⁴

^{1,2,3,4} Manajemen, Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta

Email: endahwening@amayogyakarta.ac.id

ABSTRACT

Artificial Intelligence (AI) is part of a new generation of technology that can facilitate the competitive advantage of MSMEs. Because the Indonesian economy is largely driven by MSMEs, the application of AI to MSMEs is a key factor in the success of the national economy. This AI introduction program for MSMEs aims to introduce AI that is beneficial for the sustainability of MSME businesses, where currently it is felt that the struggle for MSMEs to continue to survive is quite difficult. The implementation of the AI community empowerment program for MSMEs is carried out in collaboration with the Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (KSU IKAPIM), which is a cooperative whose members are MSMEs in Sleman Regency, DIY. This service activity is carried out through several stages, namely the survey stage, socialization and training, mentoring and finally the evaluation stage. AI can increase MSME product sales through accurate customer data analysis, customer personalization, chatbots and automated customer service, targeted marketing with a clear target market, customer sentiment analysis, business process automation such as inventory management, scheduling and order processing, demand prediction, price optimization which helps in setting prices, better ad management, and better product development. By incorporating AI into their operations, MSMEs can increase efficiency, optimize marketing strategies, and improve customer experience, all of which can contribute to increased sales of their products.

Keywords : *Artificial Intelligence, MSMEs, Product Sales*

ABSTRAK

Kecerdasan buatan (AI) adalah bagian dari teknologi generasi baru yang dapat memfasilitasi keunggulan kompetitif UMKM. Karena perekonomian Indonesia sebagian

besar digerakkan oleh UMKM, penerapan AI pada UMKM merupakan kunci keberhasilan faktor perekonomian nasional. Program pengenalan AI untuk UMKM ini bertujuan untuk mengenalkan AI yang bermanfaat bagi keberlangsungan usaha UMKM, dimana saat ini dirasa perjuangan UMKM untuk terus bertahan dirasa cukup berat. Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat AI untuk UMKM dilaksanakan dengan bekerjasama dengan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (KSU IKAPIM), yang merupakan koperasi yang beranggotakan UMKM di Kabupaten Sleman DIY. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu tahap survey, sosialisasi dan pelatihan, pendampingan dan yang terakhir tahap evaluasi. AI dapat meningkatkan penjualan produk UMKM melalui analisis data pelanggan yang akurat, personalisasi pelanggan, chatbot dan layanan pelanggan otomatis, pemasaran terarah yaitu dengan target market yang jelas, analisis sentimen pelanggan, otomatisasi proses bisnis seperti manajemen persediaan, penjadwalan, dan pemrosesan pesanan, prediksi permintaan, pengoptimalan harga yaitu membantu dalam menetapkan harga, pengelolaan iklan yang lebih baik, dan pengembangan produk yang lebih baik. Dengan menggabungkan AI dalam operasi mereka, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan pengalaman pelanggan, yang semuanya dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan produk mereka.

Kata kunci: *Artificial Intellegince, UMKM, Penjualan Produk*

PENDAHULUAN

Keberhasilan penerapan teknologi sangat penting bagi keberhasilan dan kelangsungan UMKM. Kecerdasan buatan (AI) adalah bagian dari teknologi generasi baru yang dapat memfasilitasi keunggulan kompetitif UMKM. Kecerdasan buatan (AI) dianggap di seluruh dunia sebagai salah satu teknologi terpenting di masa depan. Karena perekonomian Indonesia sebagian besar digerakkan oleh UMKM, penerapan AI pada UMKM merupakan kunci keberhasilan faktor perekonomian nasional.

Menurut (Santika, 2023), pengusaha UMKM di Indonesia didominasi oleh Gen X, dimana Gen X merupakan UMKM yang pemiliknya kelahiran dari Tahun 1965-1980. Dilihat dari hal tersebut makan UMKM di Indonesia kebanyakan belum melek digital, atau mungkin belum memanfaatkan secara optimal teknologi yang ada. Digitalisasi menyebabkan banyak UMKM mulai mempromosikan produk dan layanan mereka melalui *platform digital*, baik dalam bentuk gambar dan video. Kemudian UMKM juga membuat

toko *online* di *marketplace* untuk memudahkan pelanggan menemukan produk mereka. Teknologi saat ini bukan hanya digitalisasi seperti pemasaran digital dan transaksi online, akan tetapi sudah berkembang dengan pemanfaatan AI untuk meningkatkan penjualan dari produk UMKM. Untuk itu diperlukan suatu upaya untuk memperkenalkan AI yang dapat memudahkan UMKM dalam pengelolaan usahanya.

Pengetahuan UMKM dalam memaksimalkan penjualan melalui toko *online* ataupun *platform digital* lainnya masihlah sangat kurang dan ini terjadi pada anggota KSU IKAPIM (Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman). Pasar *online* yang makin meningkat menuntut UMKM harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan calon konsumennya. Sehingga dibutuhkan pengetahuan tambahan dalam memaksimalkan pemanfaatan pemasaran *online* melalui pemanfaatan AI dalam kegiatan usaha UMKM. KSU IKAPIM membutuhkan pengenalan bagaimana pemanfaatan AI untuk meningkatkan penjualan bagi anggota-anggotanya.

TUJUAN KEGIATAN

Program pengenalan AI untuk UMKM ini bertujuan untuk mengenalkan AI yang bermanfaat bagi keberlangsungan usaha UMKM, dimana saat ini dirasa perjuangan UMKM untuk terus bertahan dirasa cukup berat. AI yang diperkenalkan adalah AI yang sederhana yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM dalam membuat *caption* atau kalimat penawaran sederhana yang dapat diposting di FB maupun IG, dan juga di toko *online* yang dimiliki UMKM. UMKM kebanyakan hanya memposting foto produk mereka yang tidak disertai dengan penjelasan atau kalimat yang dapat menambah minat pembaca untuk membeli produk mereka. UMKM merasa kesulitan dalam membuat kalimat yang menarik atau kalimat yang dapat menjelaskan tentang manfaat atau fungsi dari produk mereka.

Tren digitalisasi UMKM telah ada baik semenjak sebelum pandemi, apalagi setelah pandemi. UMKM dituntut untuk bisa mendigitalisasi bisnis mereka, baik system penjualan maupun system promosi. Ini terjadi bukan hanya di bidang UMKM tetapi seluruh lini pekerjaan termasuk di pemerintahan, seperti penelitian yang dilakukan oleh (Herlambang S,

2023). Mereka menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital berpengaruh signifikan terhadap efektivitas pelayanan promosi.

Ketika UMKM bertransformasi ke digitalisasi maka UMKM akan menemui banyak kendala. Menurut (Mucharomah, 2023) dalam survey dari diinovate menjelaskan bahwa 70% masalah UMKM adalah kesulitan dalam memasarkan produk. Dalam survey tersebut juga dijelaskan bahwa 83.8% pelaku UMKM telah melakukan digitalisasi ataupun pemanfaatan teknologi terhadap bisnis mereka. Pada survei yang sama juga menyebutkan bahwa terdapat 99,1% pelaku UMKM yang berhasil meningkatkan produktivitas usahanya setelah menggunakan layanan digital. Ini menjadi bukti bahwa pemanfaatan digital dapat meningkatkan produktivitas usaha. Akan tetapi walaupun digitalisasi membawa manfaat bagi UMKM, tetapi UMKM Indonesia masih mengalami beberapa kendala dalam mengembangkan usaha mereka. Salah satunya ialah sebanyak 70% UMKM yang kesulitan dalam memasarkan produknya (Mucharomah, 2023)

Pemanfaatan teknologi dalam bisnis UMKM menjadi hal yang wajib saat ini, karena gempuran persaingan dalam dunia usaha UMKM sangatlah ketat. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi yang ada sangat dibutuhkan oleh UMKM, untuk itu dibutuhkan peran kita bersama untuk membantu UMKM dalam beradaptasi dalam penggunaan teknologi. Program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam memanfaatkan teknologi. Bagaimana pemanfaatan AI yang sederhana dalam upaya membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan produknya?

Program pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan bekerjasama dengan koperasi yang beranggotakan UMKM di wilayah Kabupaten Sleman di Propinsi DIY. Lokasi kegiatan dilakukan di salah satu tempat usaha dan kediaman dari pengurus koperasi yang telah memanfaatkan teknologi dalam kegiatan usahanya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Jajanan Saras x Warung Ayam Jl. Jongke, RT.6/RW.24, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285.



Gambar 1. Map Jajanan Saras x Warung Ayam Jl. Jongke, RT.6/RW.24, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285.

KAJIAN PUSTAKA

Artificial Intelegent (AI)

Artificial Intelegent (AI) adalah sistem perangkat lunak (dan mungkin juga perangkat keras) yang dirancang oleh manusia dengan tujuan yang kompleks, bertindak dalam dimensi fisik atau digital dengan memahami lingkungannya melalui akuisisi data, menafsirkan data terstruktur atau tidak terstruktur yang dikumpulkan, penalaran berdasarkan pengetahuan, atau pemrosesan informasi, yang diperoleh dari data ini dan pengambilan keputusan tindakan terbaik yang harus diambil untuk mencapai tujuan tertentu. (UE AI HLEG, 2019, hal. 6). AI sering diartikan system kecerdasan buatan yang dirancang untuk memudahkan manusia. Menurut (Meigs, 2023), kecerdasan buatan mempunyai potensi untuk membawa banyak manfaat bagi masyarakat. AI dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, keamanan nasional, kesejahteraan sosial, dan kebebasan pribadi. Selain itu AI memiliki kemampuannya untuk menciptakan industri dan peluang lapangan kerja baru, dan untuk meningkatkan kinerja

bisnis yang ada. AI juga dapat digunakan untuk mengotomatisasi tugas dan membuat hidup kita lebih mudah, memanfaatkan waktu menjadi lebih optimal dan sumber daya dapat dimanfaatkan untuk kegiatan lainnya.

Salah satu kecerdasan buatan yang banyak dimanfaatkan saat ini adalah *ChatGPT*, yaitu AI yang dirancang untuk dapat berkomunikasi dengan manusia. *ChatGPT* dapat dimanfaatkan oleh orang-orang untuk membuat konten dari promosi produknya, atau untuk mencari informasi tentang berbagai hal. *ChatGPT* memudahkan orang-orang awam termasuk UMKM untuk memanfaatkannya, sehingga mereka akan terlihat lebih profesional. Sebelum ada *ChatGPT* ketika seseorang akan mencari informasi suatu hal maka akan dibutuhkan membaca banyak artikel yang ada di *Google*. Dengan adanya *ChatGPT* maka kita hanya berkomunikasi dengan *ChatGPT* untuk merangkum sumber informasi yang ada untuk kita ketahui. Ini berarti dapat memotong waktu dan membuat sumberdaya kita dapat kita gunakan untuk kegiatan yang lain, selain *ChatGPT* tersebut juga gratis.

Definisi UMKM

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM) menjelaskan usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam peraturan pemerintah. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri

sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha menengah sebagaimana diatur dalam peraturan pemerintah.

Untuk kriteria UMKM, yaitu:

1. Usaha Mikro memiliki modal usaha sampai dengan paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
3. Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.

Sedangkan bagi UMKM yang telah berdiri sebelum PP UMKM berlaku, pengelompokan UMKM dilakukan berdasarkan kriteria hasil penjualan tahunan. Kriteria hasil penjualan tahunan terdiri atas:

1. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)
2. Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah)
3. Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Transformasi Digital

Transformasi digital telah dilakukan di berbagai negara, termasuk di Indonesia bahkan termasuk UMKM. UMKM memiliki kecenderungan untuk membatasi aktivitas digitalisasi mereka hanya pada fungsi-fungsi dasar. UMKM juga terpaksa memindahkan operasi

mereka ke lingkungan *online* untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Secara khusus, platform online berperan penting dalam menghubungkan UMKM dengan pelanggan, sumber daya, atau pemasok. Secara umum UMKM lebih rentan terhadap risiko dibandingkan perusahaan besar karena berbagai karakteristik intrinsiknya. UMKM memiliki kekurangan sumber daya atau keterampilan, lemahnya arus kas, sulitnya kredit karena harus dengan agunan, dan kurangnya kemampuan untuk meningkatkan penjualan.

Sebagian besar UMKM cenderung kurang memiliki pengetahuan dan kemampuan yang diperlukan untuk memanfaatkan inovasi digital terkini. Selain keterbatasan kemampuan, UMKM juga memiliki keterbatasan waktu, peralatan, dan pemikiran. Semua terjadi karena UMKM masih menjadi pemain tunggal dalam bisnisnya. Sebagian besar UMKM tidak memiliki keahlian atau sumber daya untuk memprediksi kelangsungan bisnis atau tren pasar dari produknya. Hal ini disebabkan oleh ketergantungan UKM yang berlebihan pada pengetahuan tacit dan kurangnya pengetahuan khusus, sumber daya keuangan, dan kapasitas manajerial. Teknologi digital yang dapat digunakan UMKM dapat diklasifikasikan menjadi tujuh jenis: seluler, sosial, komputasi awan, pengembangan *platform*, data besar, *Internet of Things* (IoT) dan teknologi terkait AI (Sebastian et al., 2017 dalam (Choudrie et al., 2023).

Kurangnya pemanfaatan teknologi dan ketrampilan pemanfaatan teknologi ini mendorong UMKM untuk lebih dapat memanfaatkan teknologi AI yang ada ini. Ketakutan akan penggunaannya harus dieliminasi untuk lebih sadar bahwa pemanfaatan teknologi akan bermanfaat untuk kegiatan bisnisnya. UMKM kadang merasa bahwa pemanfaatan teknologi tidak memiliki dampak pada Kegiatan usahanya, akan tetapi malah membuat kegiatan usahanya menjadi lebih kompleks. Mereka lupa bahwa bisnis mereka akan semakin terancam dengan tidak dimanfaatkannya teknologi dalam kegiatan usahanya. Contohnya saat ini setiap orang ketika mencari sesuatu akan dilakukan melalui *Google*, nah ketika UMKM belum memanfaatkan aplikasi-aplikasi atau system penjualan *online* atau menjelaskan kegiatan usahanya di media sosial yang dapat diakses melalui *Google* maka bisnis mereka akan tertinggal.

Memberikan pemahaman dan tingkat kesadaran, keterampilan, dan penggunaan alat-alat digital seperti AI pada UMKM dapat memberikan pengetahuan yang kuat kepada UMKM untuk mengatasi ketinggalan digital mereka. Selain itu, dapat meningkatkan kesadaran di kalangan UMKM tentang cara menggunakan AI untuk memikirkan kembali model bisnis dan operasional mereka. Sehingga dengan pemanfaatan AI mereka dapat terus berkembang dalam dunia digital ini.

Untuk meningkatkan kesadaran dan ketrampilan UMKM terhadap AI, kami mengadakan program pengabdian masyarakat dengan judul Program Pengenalan Artificial Intelligence untuk UMKM dengan *ChatGPT* untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. Program pengabdian masyarakat ini akan diberikan kepada UMKM yang berada di bawah keanggotaan koperasi UMKM yang ada di Kabupaten Sleman DIY. Program ini memberikan pelatihan dan praktek penggunaan AI yang sederhana untuk memudahkan UMKM dalam mengelola usahanya khususnya didalam penjualan secara online.

Program pengabdian masyarakat ini memberikan pengetahuan bagaimana memulai penggunaan AI dalam pengelolaan usaha UMKM. Dimulai dengan bagaimana membaca tren bisnis dan kata kunci yang adapat meningkatkan kemampuan sosial merdia UMKM untuk muncul pertama dalam pencarian di mesin pencari *Google*. Untuk dapat membuat konten yang dapat menunjang penjualan produk UMKM maka digunakan salah satu AI yang mudah untuk diakses dan digunakan. AI tersebut adalah *ChatGPT*.

Dengan ketrampilan pemanfaatan AI ini yaitu *ChatGPT* maka UMKM dapat membuat konten yang dapat diupload di sosial media mereka sehingga akan memberikan kemudahan para calon konsumen untuk memahami dan kemudian tertarik untuk membeli produk yang mereka jual. Dengan pemahaman yang baik terhdap produk yang adijual oleh UMKM makan akan membuat calon kosumen mempertimbangkan dan membeli produk mereka. Sehingga pada akhirnya produk UMKM akan lebih banyak terjual dan akan meningkatkan penjualan mereka dan UMKM akan tetap eksis dikegiatan usahanya.

METODE

Pelaksanaan program pemberdayaan masyarakat AI untuk UMKM dilaksanakan dengan bekerjasama dengan Koperasi Serba Usaha Ikatan Pengrajin Sleman (KSU IKAPIM), yang merupakan koperasi yang beranggotakan UMKM di Kabupaten Sleman DIY. Sasaran utama dari program pengabdian masyarakat ini adalah anggota KSU IKAPIM. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap I merupakan tahap awal yaitu survey awal terhadap kondisi dan kebutuhan dari anggota KSU IKAPIM. Pada tahap ini diperoleh informasi mengenai merosotnya penjualan produk anggota KSU IKAPIM dan juga ketidak berdayaan mereka terhadap penggunaan teknologi. Tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan Ketua KSU IKAPIM untuk peserta dan tempat pelaksanaan kegiatan pengabdian. Setelah koordinasi, dilakukan persiapan perlengkapan dan peralatan yang dibutuhkan untuk terlaksananya program pengabdian masyarakat ini.
2. Tahap II merupakan kegiatan sosialisasi dan pelatihan dari Dosen Akademi Manajemen Administrasi Yogyakarta terkait tentang AI untuk UMKM. Pelatihan dilaksanakan pada Hari Selasa, Tanggal 22 Agustus 2023 jam 09.00 – 12.00 WIB dan diberikan secara *offline* di Jajanan Saras x Warung Ayam Jl. Jongke, RT.6/RW.24, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285. Materi pelatihan diawali dengan menjelaskan arti pentik teknologi khususnya AI dalam dunia usaha, dan dilanjutkan dengan materi tentang melihat tren penjualan, kata kunci yang materi ini disampaikan oleh Yudi Wahyudi, S. T., yang merupakan salah satu pendamping UMKM dari Dinas Koperasi UKM DIY dibidang IT Lokasi pembelajaran yaitu di Jajanan Saras x Warung Ayam Jl. Jongke, RT.6/RW.24, Jongke Tengah, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55285 yang kemudian ditata untuk dijadikan tempat pembelajaran. Fasilitas yang disediakan antara lain layar *proyektor* dan LCD. Selain itu untuk kegiatan praktek disediakan wifi gratis bagi yang tidak memiliki kuota data.
3. Tahap III merupakan tahap pendampingan melalui praktek pengoperasionalan melalui handphone ataupun laptop. Sehingga diharapkan peserta pelatihan terbiasa

menggunakan sarana yang mereka miliki untuk memanfaatkan teknologi AI dalam kegiatan usahanya.

4. Tahap IV merupakan tahap akhir. Tahap ini melakukan kegiatan evaluasi yang bertujuan untuk mengetahui apakah program pengabdian masyarakat ini berhasil atau tidak.

Tahapan pelaksanaan kegiatan telah diuraikan secara berjenjang, sehingga ketika kegiatan berlangsung arah lebih teratur dan terstruktur. Pelaksanaan program ini dilakukan melalui pelatihan yang diikuti oleh 20 UMKM anggota KSU IKAPIM.

- a. Menjelaskan metode yang digunakan (contoh: penyuluhan, pelatihan, pendampingan dan lainnya)
- b. Menyebutkan jumlah peserta
- c. Menjelaskan langkah-langkan PKM dan langkah-langkah pelaksanaan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Materi pelatihan diawali dengan melakukan kegiatan bagaimana menggunakan teknologi dapat digunakan dikegiatan usaha. Teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan dengan cara salah satunya adalah menjual secara *online*, yaitu menggunakan transaksi secara *online*. Selain itu teknologi dapat juga digunakan untuk mempromosikan tempat usaha dari UMKM.



Gambar 2. Penjelasan mengenai teknologi dalam usaha

Materi tentang bagaimana teknologi dapat meningkatkan trafik di *digital marketing*, diberikan contoh disetiap usaha dari peserta pelatihan. Sebelum dilakukan upaya peningkatan trafik maka dilakukan terlebih dahulu mengukur kapasitas usaha. Ukuran kapasitas usaha ini yang akan digunakan untuk menjadi target penjualan dalam setiap bulannya. Kapasitas usaha diukur dari masing-masing produk yang dihasilkan oleh UMKM atau peserta pelatihan. Setelah target penjualan diketahui maka kita akan tahu target dari audien yang akan kita tuju. Setelah itu kita juga harus mengetahui tren dari produk kita sehingga kita akan faham media apa yang akan kita gunakan untuk menjangkau calon pembeli. Media yang digunakan dapat berupa *block*, *landing page*, atau artikel yang numpang di media lain, tokopedia, shopee atau sosial media seperti IG, FB.

Setelah mengetahui media yang dapat digunakan secara maksimal maka kita dapat meningkatkan penjualan produk melalui:

1. Peningkatan *domain authority*
2. Menggunakan relevansi atau kata kunci atau hastag dalam setiap postingan kita, minimal 5 hastag.
3. Kualitas konten, isi konten yang kurang menarik membuat calon konsumen kita tidak melirik atau tidak tertarik untuk lebih jauh mengetahui produk kita.
4. Meningkatkan referensi disetiap postingan. Membuat *backlink*, atau *citation* atau *tag* disetiap postingan yang kita buat.
5. Meningkatkan respon komentar
6. Meningkatkan respon *like*.



Gambar 3. Penjelasan tentang trafik dan tren

Kemudian materi untuk bagaimana membuat konten untuk meningkatkan penjualan menggunakan media AI, maka dilakukan pengenalan ChatGPT. Penyampaian materi ini dilakukan sekaligus praktek membuat akun di openai. Diawali dengan membuka Chroom kemudian menetik `chat.openai.com`, kemudian setelah terbuka makan sign in menggunakan akun google yang peserta miliki. Setelah isi data makan akan terbuka halaman chat. Pada pelatihan ini juga dipraktikkan bagaimana meminta tolong AI untuk membuatkan konten sesuai dengan bidang usaha dari masing-masing peserta pelatihan.



Gambar 4. Praktek AI

PEMBAHASAN

Pemahaman tentang manfaat teknologi dalam kegiatan usaha UMKM menjadi hal yang wajib saat ini, karena gempuran persaingan dalam dunia usaha UMKM sangatlah ketat. Kemampuan beradaptasi dengan teknologi yang ada sangat dibutuhkan oleh UMKM, untuk itu dibutuhkan peran kita bersama untuk membantu UMKM dalam beradaptasi dalam penggunaan teknologi. Proram pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam memanfaatkan teknologi. Bagaimana pemanfaatan AI yang sederhana dalam upaya membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan produknya? Digitalisasi tidak dapat dihindari oleh UMKM, mau tidak mau UMKM harus melakukan penjualan secara digital. Akan tetapi karena UMKM di Indonesia dan di Yogyakarta masih didominasi Generasi X (Santika, 2023), maka kemampuan menggunakan media digital masih kurang. Kebanyakan dari UMKM tersebut dapat membuat akun dalam berjualan secara online, karena dibantu oleh banyak pihak seperti pelatihan dari pemerintah, akan tetapi dalam upaya optimisasi media yang mereka miliki belum dapat dilakukan secara maksimal. Peningkatan penjualan produk UMKM melalui pemasaran online harus didukung dengan optimalisasi dari media digital yang UMKM miliki.

AI tercipta untuk memudahkan manusia bekerja salah satunya dalam upaya meningkatkan penjualan. AI memiliki beberapa manfaat untuk membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan produknya. Berikut manfaat AI untuk meningkatkan penjualan produk UMKM:

1. Menganalisis data pelanggan, AI dapat mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasi data pelanggan dengan akurat. Ini membantu UMKM memahami preferensi pelanggan, tren pembelian, dan perilaku konsumen, sehingga mereka dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka.
2. Personalisasi pelanggan, dengan bantuan AI, UMKM dapat membuat pengalaman pelanggan yang lebih personal. Sistem rekomendasi AI dapat menyarankan produk kepada pelanggan berdasarkan sejarah pembelian mereka, menghasilkan peningkatan konversi.

3. Chatbot dan layanan kepada pelanggan yang otomatis, UMKM dapat menggunakan chatbot berbasis AI untuk memberikan layanan pelanggan yang cepat dan responsif 24 jam dalam seminggu. Ini membantu dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan mengatasi masalah dengan lebih efisien.
4. Pemasaran menjadi terarah, AI dapat membantu UMKM mengidentifikasi target pasar yang tepat dan merancang iklan pemasaran yang disesuaikan dengan segmentasi tersebut. Hal ini dapat menghemat waktu dan anggaran pemasaran.
5. Menganalisis sentiment, AI dapat memantau media sosial dan ulasan online untuk mengukur sentimen pelanggan terhadap produk dan merek UMKM. Ini membantu dalam mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan citra merek.
6. Otomatisasi proses bisnis, AI dapat digunakan untuk mengotomatisasi beberapa proses bisnis, seperti manajemen persediaan, penjadwalan, dan pemrosesan pesanan. Hal ini dapat mengurangi kesalahan manusia dan meningkatkan efisiensi.
7. Memprediksi permintaan, dengan analisis data yang mendalam, AI dapat membantu UMKM meramalkan permintaan produk mereka di masa depan, sehingga mereka dapat merencanakan produksi dan stok dengan lebih baik.
8. Pengoptimalan harga, AI dapat membantu UMKM dalam menentukan harga yang optimal untuk produk mereka berdasarkan data pasar dan persaingan.
9. Pengelolaan iklan yang lebih baik, AI dapat membantu UMKM dalam mengelola iklan online dengan lebih efektif, dengan memilih platform yang tepat dan mengoptimalkan anggaran iklan.
10. Pengembangan produk yang lebih baik, dengan analisis data konsumen, UMKM dapat menggunakan wawasan yang diperoleh dari AI untuk mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dengan menggabungkan AI dalam operasi mereka, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan pengalaman pelanggan, yang semuanya dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan produk mereka.

KESIMPULAN

Jawaban dari rumusan pertanyaan, tetapi bukan menyajikan hasil penelitian. Upaya pemanfaatan AI yang sederhana dalam upaya membantu UMKM untuk meningkatkan penjualan produknya dapat dilakukan melalui beberapa cara yaitu dengan cara analisis data pelanggan, personalisasi pelanggan, chatbot dan layanan pelanggan otomatis yang cepat dan responsif, segmentasi pelanggan, prediksi permintaan, pengelolaan iklan, mengawasi media sosial dan ulasan *online*, optimalisasi harga, otomatisasi tugas-tugas rutin dipemasarkan *online*, dan juga untuk pengembangan produk baru. Dengan penggunaan AI dalam operasi mereka, UMKM dapat meningkatkan efisiensi, mengoptimalkan strategi pemasaran, dan meningkatkan pengalaman pelanggan, yang semuanya dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan produk mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih diberikan kepada KSU IKAPIM yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat pada anggotanya. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Bapak Anom Prabowo selaku Ketua KSU IKAPIM yang telah memfasilitasi kegiatan baik berupa waktu, tempat, dan peralatan untuk kegiatan pelatihan. Tidak lupa juga disampaikan ucapan terimakasih kepada Bapak Yudi Wahyudi dari SiBakul Dinas Koperasi UKM Daerah Istimewa Yogyakarta yang telah memfasilitasi toko onlinenya dan juga SiBakul untuk kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Erlina F. Santika,(2023),<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/pengusaha-umkm-di-indonesia-didominasi-oleh-gen-x>

Herlambang, S., & Muhammad Isnaini Fathoni. (2023). The Effect of Using Digital Technology on the Effectiveness of Rank Promotion Services at the Regional Personnel Board (BKD) of the Special Region of Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 2(2), 13-26. <https://doi.org/10.55606/jempper.v2i2.1340>

HLEG AI (2019). A definition of AI: Main capabilities and scientific disciplines.

https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=56341

I. Sebastian, J. Ross, C. Beath, M. Mocker, K. Moloney, N. Fonstad How big old companies navigate digital transformation MIS Q., 16 (3) (2017), pp. 197-213

Jyoti Choudrie, Nuga Manandhar, Carolina Castro, Chikelue Obuekwe, Hey Siri, Google! Can you help me? A qualitative case study of smartphones AI functions in SMEs, Technological Forecasting and Social Change, Volume 189, 2023,

MEIGS, J. B. (2023). A.I. Yai-Yai. Commentary, 155(2), 8–10.

Nur Laily Mucharomah, 2023, <https://dailysocial.id/post/survei-70-persen-umkm-lokal-di-indonesia-kesulitan-memasarkan-produk>

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM)