



Analisa Pelatihan Optimalisasi Konten Visual Marketing Menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence (AI) dan Manajemen Keuangan Digital Bagi UMKM Kelurahan Prapatan Kota Balikpapan

Visual Marketing Content Optimization Training Analysis Using Artificial Intelligence (AI) Applications and Digital Financial Management for MSMEs in Prapatan Village, Balikpapan City

Ugroseno Damara Prasadhana Handoyo^{1*}, Nadya Novalensha², Nur Alwiyani³, Chinta Permata Sari⁴, Reni Ramadhan Br Sembiring⁵

^{1,2,3,4,5} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Madani Balikpapan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: ugroseno.damara@stiemadani.ac.id

Article History:

Naskah Masuk: 15 September 2025;

Revisi: 21 Oktober 2025;

Diterima: 28 November 2025;

Terbit: 30 November 2025.

Keywords: Artificial Intelligence; Digital Financial Management; Digital Marketing; MSMEs; Technology Based Training.

Abstrak This community service activity aims to improve digital literacy and managerial skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) through two training programs: "Optimizing Marketing Content Using Artificial Intelligence (AI) Applications" and "Digital Financial Management." The program was implemented through several stages, including problem identification, training material development, hands-on training, mentoring, and evaluation using pre-test and post-test instruments to measure program effectiveness. Fifteen MSMEs from Prapatan Village, Balikpapan City, participated in the program. The evaluation results showed that the training significantly improved participants' understanding of the use of digital marketing and technology-based financial management. Prior to the training, most participants still had limited digital literacy and had not utilized technology for promotion or financial recording. After participating in the program, 73.3% of participants assessed the material as excellent and relevant to their business needs. This program provides a tangible contribution to the development of technology-based applied science while supporting community economic empowerment through the MSME digitalization process.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital serta keterampilan manajerial pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui dua bentuk pelatihan, yaitu "Optimalisasi Konten Marketing Menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence (AI)" dan "Manajemen Keuangan Digital". Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, meliputi identifikasi permasalahan, penyusunan materi pelatihan, proses pelatihan secara langsung, pendampingan, serta evaluasi menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas program. Peserta kegiatan berjumlah 15 pelaku UMKM yang berasal dari Kelurahan Prapatan, Kota Balikpapan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan memberikan peningkatan signifikan pada pemahaman peserta terkait penggunaan digital marketing dan pengelolaan keuangan berbasis teknologi. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta masih memiliki keterbatasan dalam literasi digital dan belum memanfaatkan teknologi untuk promosi maupun pencatatan keuangan. Setelah mengikuti kegiatan, sebanyak 73,3% peserta menilai materi yang diberikan sangat baik dan relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan ilmu terapan berbasis teknologi sekaligus mendukung pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui proses digitalisasi UMKM.

Kata Kunci: Kecerdasan Buatan; Manajemen Keuangan Digital; Pelatihan Berbasis Teknologi; Pemasaran Digital; UMKM.

1. PENDAHULUAN

Kota Balikpapan merupakan salah satu kota besar di Kalimantan Timur dengan potensi ekonomi dan pertumbuhan UMKM yang signifikan. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi, UMKM dan Perindustrian bahwa UMKM aktif di Kota Balikpapan tahun 2021 sebanyak

19.512 dan pada tahun 2022 mengalami peningkatan menjadi 22.678 (Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Kota Balikpapan, 2023). UMKM berperan besar dalam pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam penciptaan lapangan kerja maupun peningkatan pendapatan masyarakat di Balikpapan (Suryani & Putra, 2022). Peran UMKM di Kota Balikpapan juga sangat tersebar luas di seluruh wilayah, salah satunya adalah Kelurahan Prapatan yang menjadi salah satu wilayah yang menjadi pusat tingginya tingkat pertumbuhan UMKM di Kota Balikpapan (Rahmawati, 2021). Selain itu, meningkatnya akses digital dan program pemberdayaan pemerintah turut memperkuat ekosistem UMKM sehingga meningkatkan daya saing pelaku usaha lokal (Hidayat & Kurniawan, 2020).

Usaha Mikro, kecil, dan Menengah atau UMKM merupakan jenis usaha yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memenuhi persyaratan kriteria UMKM. Di era digital saat ini, penggunaan alat pendukung berbasis digital sangat membantu pelaku usaha menjalankan operasional bisnis. Penggunaan digital marketing bagi para UMKM menjadi kunci dalam memperluas pasar, menawarkan produk, serta membangun hubungan dengan konsumen. Selain itu, menggunakan manajemen keuangan digital juga dapat membantu pelaku usaha memahami akan pentingnya pembukuan pada setiap jalannya operasional bisnis. Maka dari itu, Diharapkan dengan adanya pelatihan digital marketing dan manajemen keuangan digital kepada para pelaku UMKM dapat menerapkan media digital secara aktif, strategis dan konsisten dalam operasional bisnis mereka. Namun, tantangan besar masih dihadapi oleh para pelaku UMKM, terutama dalam hal keterbatasan literasi digital dan rendahnya pemahaman terhadap strategi pemasaran berbasis konten digital. Sebuah kajian menyebutkan bahwa transformasi digital UMKM dipengaruhi oleh faktor teknologi, ekonomi, sosial dan politikal, namun pelaku UMKM masih menghadapi hambatan teknis dan finansial yang cukup besar (Nugraha *et al.*, 2025). Penelitian lain juga menegaskan bahwa peningkatan literasi digital pelaku UMKM sangat diperlukan melalui pelatihan dan pendampingan berkelanjutan, karena sebagian besar pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam memanfaatkan teknologi digital dan akuntansi berbasis aplikasi (Saptantinah, Astuti and Mardayanti, 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan digital marketing dan manajemen keuangan digital memiliki urgensi tinggi untuk dilakukan sebagai bentuk pemberdayaan UMKM agar mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan efisiensi operasional usaha mereka.

Hasil observasi awal di Kelurahan Prapatan, Kota Balikpapan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan metode promosi konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal (pengamatan lapangan). Kondisi ini berdampak

pada rendahnya visibilitas produk di pasar digital serta keterbatasan dalam menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain aspek pemasaran, pengelolaan keuangan yang efisien juga menjadi salah satu tantangan utama bagi UMKM. Banyak pelaku usaha belum menerapkan sistem pencatatan keuangan berbasis digital, sehingga pengawasan terhadap arus kas dan perencanaan keuangan usaha belum berjalan secara optimal (Adviola *et al.*, 2023). Melalui kegiatan pelatihan pencatatan keuangan digital dan akuntansi dasar, mitra UMKM dapat menerapkan sistem pembukuan digital dan meningkatkan kapasitas produksi mereka (Farida *et al.*, 2025)

Melihat permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan pelatihan “Optimalisasi Konten Marketing Menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence (AI)” dan “Manajemen Keuangan Digital berbasis Aplikasi” bagi pelaku UMKM di Kelurahan Prapatan, Kota Balikpapan. Melalui pelatihan ini, diharapkan peserta mampu memahami strategi pembuatan konten yang efektif dan menarik dengan bantuan teknologi AI serta mampu mengelola keuangan usaha secara digital guna meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan bisnis.

Kegiatan ini juga diharapkan dapat menjadi langkah nyata dalam mendorong akselerasi digitalisasi UMKM di tingkat lokal. Dengan peningkatan kemampuan digital marketing dan literasi keuangan, pelaku UMKM di Kelurahan Prapatan diharapkan tidak hanya mampu bertahan di era disrupsi digital, tetapi juga mampu berkembang dan bersaing secara berkelanjutan dalam ekosistem ekonomi digital yang semakin kompetitif.

2. METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan survey pendahuluan permasalahan yang terjadi kepada UMKM di Kelurahan Prapatan yang telah dijelaskan pada pendahuluan, maka dapat disimpulkan kegoatan pengabdian masyarakat yang cocok dilakukan yaitu berupa pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan aplikasi digital untuk pembuatan konten pemasaran dan manajemen keuangan. Oleh karena itu, dalam menjalankan kegiatan yang akan dilaksanakan tersebut, berikut tahapan yang kami lakukan seperti pada tabel berikut.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan.

No	Tahapan	Model	Keterangan
1	Identifikasi permasalahan pada UMKM di lapangan sebelum melaksanakan suatu kegiatan	Focus Group discussion	Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui program apa yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat khususnya para pelaku UMKM, sehingga dapat diperoleh program yang sesuai dan solusi yang diperlukan oleh masyarakat.
2	Kegiatan yang kami laksanakan dalam bentuk pelatihan serta pendampingan selama 3 bulan kepada kelompok UMKM wilayah Kelurahan Prapatan	Pendampingan, Sosialisasi, Workshop, dilanjutkan dengan pendampingan pasca sosialisasi	Kegiatan pengabdian masyarakat yang kami laksanakan dalam 3 bulan, yaitu meliputi : a. Pendampingan b. Seminar dan Workshop pelatihan digital marketing menggunakan aplikasi AI c. Seminar dan Workshop pelatihan Manajemen Keuangan Digital menggunakan aplikasi Laporan Keuangan
3	Tahap terakhir yaitu evaluasi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kami	Kuesioner Pre Test dan Post Test	Pengisian kuesioner dilakukan oleh para UMKM untuk mengetahui kinerja kami serta tingkat pengetahuan serta pemahaman pelaku UMKM yang telah kami dampingi selama 3 bulan

3. HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dimulai pada tanggal 25 Agustus 2025 dan berakhir pada tanggal 27 Oktober 2025. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini ditutup dengan pelaksanaan Seminar dan Workshop Digital Marketing dan Manajemen Keuangan digital yang diikuti oleh 15 peserta yang merupakan kumpulan dari para pelaku UMKM wilayah Kelurahan Prapatan di Kota Balikpapan. Pelaksanaan seminar dan wokrshop ini dibuka dengan sambutan dari Kepala Kelurahan Wilayah Prapatan yaitu Bapak Reza Dipa Pradeka S.STP, beliau menghimbau bahwa pelatihan ini sangat berguna dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan kepada masyarakatnya baik yang sudah memiliki ataupun berencana untuk memiliki bisnis dan beliau sangat meangapresiasi Kelompok PI IV Wilayah Prapatan STIE Madani Balikpapan dalam mendukung dan menjadi penggerak UMKM wilayah Prpataan agar lebih maju di era digital saat ini. Hal ini menegaskan bahwa pelatihan

ini sangat berguna dalam meningkatkan keterampilan dan pemahaman digital bagi masyarakat, khususnya pelaku UMKM agar mampu bersaing di era digital (Deb.SV.UGM, 2024).

Kegiatan selanjutnya sebelum memasuki penyampaian materi, para panitia pelaksana memberikan kuesioner kepada para peserta seminar dan workshop untuk mengisi seberapa besar tingkat pemahaman dasar mereka mengenai digital marketing dan manajemen keuangan digital. Adapun indikator penilaian menggunakan skala nilai dengan 5 = Sangat Baik, 4 = Baik, 3 = Cukup Baik, 2 = Kurang Baik, 1 = Sangat Tidak Baik

Tabel 2. Hasil Penilaian Pre-Test.

No	Pernyataan	Skala Penelitian					Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Pemahaman tentang pentingnya digital marketing dan daya saing UMKM	0,00%	0,00%	0,00%	13,3%	86,7%	100%
2	Saya mengetahui beberapa aplikasi AI seperti ChatGPT, Canva AI, dan Gemini AI untuk membantu pembuatan konten promosi	6,7%	26,7%	20,00%	13,3%	13,3%	100%
3	Saya memahami konsep manajemen keuangan digital dalam mengelola pemasukan dan pengeluaran usaha	13,33%	20,00%	40,00%	26,7%	0,0%	100%
4	Saya masih mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi digital (AI dan keuangan digital) untuk usaha saya	0,00%	0,00%	28,6%	21,4%	50,0%	100%

Berdasarkan hasil pre-test pada Tabel 2, terlihat bahwa terdapat gap antara pemahaman peserta terhadap digital marketing dan pemanfaatan teknologi digital tergolong besar. Sebagian besar peserta (86,7%) sudah memahami akan pentingnya digital marketing bagi daya saing UMKM. Namun, Pengetahuan tentang aplikasi AI seperti ChatGPT, Canva AI, dan Gemini AI juga masih terbatas, dengan hanya sebagian kecil (26,7%) yang cukup mengenalnya. Pada aspek manajemen keuangan digital, mayoritas peserta berada pada tingkat sedang (40%), namun masih ada yang mengalami kesulitan dalam penerapan teknologi digital (50%). Secara keseluruhan, Hasil *pre-test* menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman yang cukup besar antara peserta satu dengan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih memiliki keterbatasan literasi digital dan pemahaman terhadap penerapan teknologi

dalam bisnis (Putri, Salis and Ikhsan, 2023). Sehingga pelatihan ini diperlukan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi digital guna mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif.

Manajemen Keuangan Digital menggunakan Aplikasi Teman Bisnis

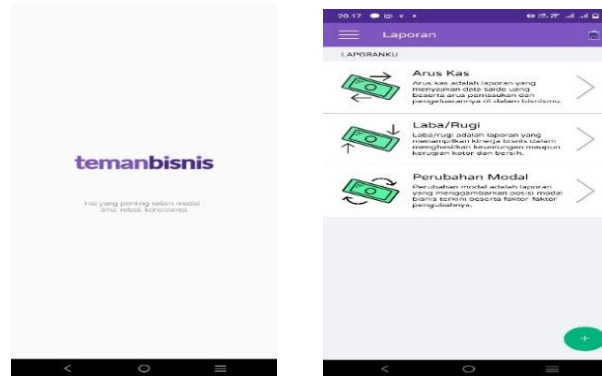
Pada sesi pertama seminar dan workshop yaitu penyampaian materi pertama yaitu “Manajemen Keuangan Digital Berbasis Aplikasi” oleh Bapak Ugroseno Damara Prasadhana Handoyo S.E., M.S.A. Materi ini dipilih menjadi salah satu rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu dikarenakan masih rendahnya literasi keuangan masyarakat khususnya para pelaku UMKM. Beliau memberikan pelatihan laporan keuangan dalam dua bentuk, yaitu laporan keuangan tradisional dan digital yang dibawa oleh Nadya Novalensha.

Aplikasi yang digunakan ialah Teman Bisnis yang dapat melaksanakan pencatatan keuangan secara langsung dan realtime termasuk pencatatan transaksi penerimaan dan pengeluaran. Selain itu, peserta juga diberikan pengetahuan jenis-jenis laporan keuangan lainnya yaitu laporan laba rugi dan neraca serta perubahan modal. Pada laporan laba rugi yang merupakan laporan keuangan yang menggambarkan hasil usaha perusahaan dalam suatu waktu periode tertentu, yang dimana selisih pendapatan dengan biaya merupakan laba yang diperoleh atau rugi yang didapat oleh perusahaan. Berdasarkan hasil tanya jawab saat pelatihan manajemen keuangan, Peserta yang sebagian besar bergerak di bidang kuliner menyadari pentingnya pencatatan keuangan untuk menentukan harga jual dan menganalisis keuntungan secara lebih akurat. Hal ini sejalan dengan hasil pelatihan serupa di daerah lain yang menunjukkan bahwa pendampingan akuntansi digital dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam pengambilan keputusan bisnis (Saptantinah, Astuti and Mardayanti, 2025). Maka biaya yang terdapat di laporan laba rugi terdiri atas bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya packaging, dan lain-lain. Namun, untuk komponen biaya tenaga kerja tidak terlalu diperhatikan dikarenakan para pelaku UMKM masih melakukan produksi secara mandiri.

Selain fitur pencatatan keuangan, pada Aplikasi Teman Bisnis juga terdapat fitur untuk monitoring persediaan produk dan secara langsung terintegrasi dengan fitur penjualan, hal ini sangat membantu pelaku UMKM untuk menjalankan operasional usahanya. Para pelaku UMKM mengakui sangat terbantu dengan adanya penyampaian materi ini dikarenakan selama ini mereka berjualan tidak memperhatikan laporan keuangan serta penentuan harga hanya berdasarkan asumsi saja.



Gambar 1. Penyampaian Materi “Manajemen Keuangan Digital”.



Gambar 2. Fitur Aplikasi Teman Bisnis.

Integrasi Konten Digital Marketing Berbasis *Artificial Intelligence* (AI)

Materi kedua dengan judul “Pembuatan konten pemasaran berbasis AI” dengan Aplikasi Gemini AI dan ChatGPT yang disampaikan oleh Nadya Novalensha. Dengan materi awal cara menyesuaikan Prompt dengan hasil gambar keinginan kita. Perintah prompt harus ditulis secara spesifik agar sesuai dengan hasil yang kita inginkan (Carrasco-sáez *et al.*, 2025). Menurut Federiakin *et al* (2024) diperlukan spesifikasi dalam prompt seperti konteks, format output, dan detail yang diinginkan agar mengurangi ambiguitas dan menghasilkan respon yang cepat dan sesuai dengan harapan. Dalam penyampaian materi bukan hanya sekedar menjelaskan secara teori namun juga para peserta diajak berinteraksi langsung dengan mencoba pembuatan konten promosi dengan AI. Pada tahap pertama pelatihan menitikberatkan bagaimana teknik membuat prompt yang spesifik agar menghasilkan gambar yang diinginkan. Hasil prompt yang didapatkan menggunakan aplikasi ChatGPT seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil Prompt menggunakan ChatGPT.

Topik Materi selanjutnya ialah membuat konten visual menggunakan aplikasi Gemini AI dengan memakai prompt yang telah ditentukan. Pada pelaksanaan workshop topik ini, tim mengadopsi model Blended Learning dengan mengkombinasikan workshop secara tatap

muka selama sehari dengan pendampingan melalui online selama seminggu. Pelatihan serupa terbukti efektif dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan *brand awareness* UMKM melalui pemanfaatan media sosial dan AI (Oktafianto, Yuliana and Perkasa, 2025). Berikut hasil gambar yang didapatkan menggunakan aplikasi Gemini AI seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Karya Konten Visual AI dari UMKM.

Acara ditutup dengan sesi tanya jawab, dan diakhiri dengan para tim pengabdian masyarakat meminta kepada UMKM untuk mengirimkan hasil pembuatan konten visual AI ke Grup peserta. Peserta sangat antusias dalam melaksanakan tugasnya dan bertanya banyak perihal tantangan dan solusi dalam penerapan materi yang telah disampaikan.



Gambar 5. Penyampaian materi dan Foto Bersama.

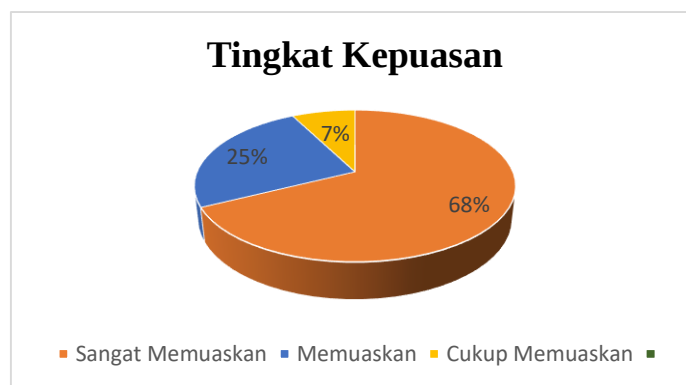
Evaluasi Kegiatan

Setelah rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan, selanjutnya adalah penilaian evaluasi kegiatan yang diberikan oleh para UMKM binaan dan peserta seminar yang telah mengikuti kegiatan pendampingan kami selama 3 bulan ini. Evaluasi ini dilaksanakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat pemahaman dan kepuasan peserta terkait penilaian pendampingan dan materi yang telah diberikan. Penilaian evaluasi dilaksanakan menggunakan pengisian kuesioner kepuasan kepada 15 peserta UMKM dengan skor kepuasan menggunakan skala nilai yaitu, 5 = Sangat Puas, 4 = Memuaskan, 3 = Cukup Puas, 2 = Kurang Memuaskan, dan 1 = Tidak Memuaskan. Dan berikut hasil penilaian kepuasan peserta terhadap materi dan pendampingan kami.

Tabel 3. Penilaian Evaluasi Kepuasan Peserta.

No	Pernyataan	Skala Kepuasan					Jumlah
		5	4	3	2	1	
1	Bagaimana penilaian anda terhadap materi yang disampaikan dalam pelatihan ini	73,3%	20,0%	6,67%	0,0%	0,0%	100%
2	Seberapa jelas dan mudah dipahami penjelasan mengenai penggunaan aplikasi Gemini AI untuk membuat gambar promosi	53,3%	20,0%	26,7%	0,0%	0,0%	100%
3	Seberapa bermanfaat aplikasi Gemini AI untuk membuat pemasaran digital secara gratis	66,7%	20,0%	13,3%	0,0%	0,0%	100%
4	Bagaimana penilaian anda terhadap keahlian pembicara atau pemberi materi	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
5	Seberapa efektif metode penyampaian materi dalam pelatihan ini	73,3%	20,0%	6,7%	0,0%	0,0%	100%
6	Bagaimana anda menilai fasilitas dan materi yang disediakan	73,3%	26,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100%
7	Apakah anda merasa pelatihan ini sesuai dengan harapan dan kebutuhan bisnis/usaha anda	73,3%	26,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100%

Berdasarkan hasil penilaian post-test pada Tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan peserta terhadap pelatihan berada pada kategori sangat tinggi. Sebagian besar peserta memberikan skor 5 (sangat puas) pada hampir seluruh aspek yang dinilai. Materi pelatihan dinilai sangat baik oleh 73,3% peserta, dan 60% hingga 73,3% lainnya juga menunjukkan tingkat kepuasan tinggi terhadap kejelasan penjelasan, metode penyampaian, serta fasilitas yang diberikan. Penggunaan aplikasi Gemini AI dianggap bermanfaat untuk membantu pembuatan konten promosi digital secara gratis, dengan 66,7% peserta menyatakan sangat setuju. Selain itu, keahlian pembicara juga mendapat apresiasi tinggi, di mana seluruh peserta menilai baik hingga sangat baik. Secara keseluruhan, pelatihan dinilai relevan dan sesuai dengan kebutuhan bisnis peserta, menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dalam penerapan digital marketing berbasis AI.



Gambar 6. Grafik Tingkat Kepuasan Peserta.

Hasil *post-test* menunjukkan tingkat kepuasan yang sangat tinggi mayoritas peserta memberikan skor “sangat puas” terhadap materi, metode penyampaian, dan kemampuan narasumber. Evaluasi ini sejalan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing dan literasi keuangan mampu meningkatkan pemahaman dan kinerja pelaku UMKM secara signifikan (Adella and Rio, 2021). Sebagian besar peserta menyatakan bahwa pelatihan ini bermanfaat untuk mengembangkan konten promosi digital secara mandiri, meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi AI, serta memperkuat manajemen keuangan usaha. Hasil ini mendukung penelitian yang menyebutkan bahwa pelatihan berbasis teknologi berperan besar dalam mempercepat transformasi digital UMKM dan meningkatkan produktivitas bisnis (Yunardhani, Sudarmiati and Wardana, 2024)

Secara keseluruhan, pelatihan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara *digital marketing* dan manajemen keuangan digital dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital (Mulyanta, 2023).

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa *Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing Menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence (AI) dan Manajemen Keuangan Digital bagi UMKM* telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi peserta. Berdasarkan hasil *pre-test*, tingkat pemahaman peserta terhadap digital marketing dan pemanfaatan teknologi AI masih tergolong rendah. Namun, setelah pelatihan dilaksanakan, hasil *post-test* menunjukkan peningkatan signifikan pada aspek pemahaman, keterampilan, dan kepuasan peserta terhadap materi yang diberikan. Mayoritas peserta merasa pelatihan ini sangat bermanfaat, mudah dipahami, serta relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Dengan demikian, kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital pelaku UMKM dan memperkuat kemampuan mereka dalam menerapkan strategi pemasaran digital berbasis AI serta mengelola keuangan secara modern dan efisien.

Sebagai tindak lanjut, disarankan agar kegiatan pengabdian ini dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan yang lebih praktis dan fokus pada penerapan langsung teknologi digital dalam pemasaran dan keuangan usaha. Selain itu, perlu dibentuk komunitas atau forum UMKM berbasis digital agar peserta dapat saling berbagi pengalaman dan terus meningkatkan kemampuan mereka. Pendampingan berkelanjutan serta kolaborasi dengan mitra pemerintah dan industri juga penting dilakukan agar hasil pelatihan dapat diterapkan secara berkelanjutan dan memberikan dampak nyata bagi perkembangan UMKM di Kota Balikpapan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adella, L., & Rio, M. (2021). *[Judul tidak lengkap]* dan kinerja keuangan: Studi pada masa pandemi Covid-19. pp. 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Adviola, T. F., Marhawati, M., & Anwar, S. (2023). Sosialisasi digital marketing dan manajemen keuangan pada pelaku UMKM di Kelurahan Sukorejo Kota Blitar. *JPPMI*, 2(2). <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.388>
- Carrasco-Sáez, J. L., García, F., & Díaz, L. (2025). Analyzing higher education students' prompting techniques and their impact on ChatGPT's performance: An exploratory study in Spanish. *Applied Sciences*, 15(14), 1–23. <https://doi.org/10.3390/app15147651>
- Deb.SV.UGM. (2024). *Digital marketing untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital*. Departemen Ekonomika dan Bisnis, Sekolah Vokasi, Universitas Gadjah Mada. <https://deb.sv.ugm.ac.id/digital-marketing-untuk-meningkatkan-daya-saing-umkm-di-era-digital/>
- Dinas Koperasi UMKM dan Perindustrian Kota Balikpapan. (2023). *Laporan statistik UMKM Kota Balikpapan tahun 2021–2022*. Pemerintah Kota Balikpapan.
- Farida, N. N., Rahayu, T., & Wibowo, D. (2025). Transformasi digitalisasi manajemen keuangan dan peningkatan kapasitas produksi UMKM Pie Ngalam Heritage melalui program. *I-COM*, 5(3), 1731–1742. <https://doi.org/10.70609/i-com.v5i3.8045>
- Federiakin, D., Antonenko, P., & Grinberg, J. (2024). Prompt engineering as a new 21st century skill. *Frontiers in Education*, 1–14. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1366434>
- Hidayat, R., & Kurniawan, A. (2020). Pemberdayaan UMKM melalui transformasi digital di Indonesia. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 12(2), 115–128.
- Mulyanta. (2023). *Cara mudah menerapkan strategi digital marketing dalam Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM)*. Balai TekKomDik DIY. <https://btkp-diy.or.id/artikel/cara-mudah-menerapkan-strategi-digital-marketing-dalam-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm>
- Nugraha, F. A., Hartono, B., & Prasetyo, R. (2025). Faktor penggerak digitalisasi usaha mikro, kecil. *JMBT*, 5(1), 40–60. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v5i1.26597>
- Oktafianto, R., Yuliana, L., & Perkasa, D. H. (2025). Peran digital marketing dalam mendorong pertumbuhan UMKM di era digitalisasi. pp. 1–13. *[Nama jurnal tidak tersedia]*
- Putri, L. T., Salis, M., & Ikhsan, A. (2023). Digital marketing exploitation training in an effort to increase the potential selling power of female UMKM in Pekanbaru City: Pelatihan eksploitasi digital marketing dalam upaya meningkatkan potensi daya jual pada pelaku

UMKM wanita di Kota Pekanbaru. *Journal Dharma*, 2(6), 447–454.
<https://doi.org/10.55927/darma.v2i6.7703>

Rahmawati, F. (2021). Sebaran dan pertumbuhan UMKM di wilayah pesisir Kota Balikpapan. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 7(1), 45–56.

Saptantinah, D., Astuti, P., & Mardayanti, L. (2025). Peningkatan literasi digital pelaku usaha mikro kecil dan menengah melalui pelatihan dan pendampingan pada UMKM home industry di Desa Genengan Karanganyar. *Jurnal Karya Sosial*, 7(2), 274–282.
<https://doi.org/10.31334/jks.v7i2.4180>

Suryani, L., & Putra, B. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi daerah: Studi pada kota-kota besar di Indonesia. *Jurnal Manajemen Pembangunan*, 18(3), 201–213.

Yunardhani, R., Sudarmiati, & Wardana, L. W. (2024). Market trends: Adaptation of MSMEs Sumber Pangan Jaya Solo in the digitalization era. *NECENT*, 2(3), 294–305.
<https://doi.org/10.59971/necent.v2i3.58>