

Pelatihan Pemanfaatan ChatGPT untuk Meningkatkan Literasi Digital UMKM Ibu-Ibu PKK di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara

Training on the Use of ChatGPT to Enhance Digital Literacy of PKK Women's MSMEs in Rakit District, Banjarnegara Regency

Prasetyo Budi Wicaksana^{1*}, Irawan Randikaparsa², Rezky Pramurindra³, Ilham Nuryana Fatchan⁴, Hasna RindangKusuma⁵

¹⁻⁵ Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Indonesia

*Penulis korespondensi: prasetyobudi21@gmail.com¹

Article History:

Naskah Masuk: 06 November 2025;

Revisi: 29 November 2025;

Diterima: 28 Desember 2025;

Terbit: 30 Desember 2025;

Keywords: ChatGPT; Community Service; Digital Literacy; MSMEs; PKK

Abstract: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) managed by PKK women in Rakit District, Banjarnegara Regency, still face limitations in utilizing digital technology, particularly in supporting marketing and business communication activities. Low digital literacy and limited assistance have become major challenges in optimizing the role of PKK in community economic empowerment. This community service program aims to enhance the digital literacy of PKK women's MSMEs through training and assistance in using ChatGPT as a business marketing support tool. The methods employed include pre-test, material presentation using PowerPoint, hands-on practice in using ChatGPT, and post-test as an evaluation tool. The results indicate an improvement in participants' understanding after the training, as reflected by higher post-test scores compared to pre-test scores among all participants. Furthermore, participants were able to produce simple product descriptions and promotional content relevant to their respective businesses. These findings suggest that ChatGPT can serve as a practical solution to improve digital literacy and support MSME management and marketing at the local level.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dikelola oleh ibu-ibu PKK di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, khususnya untuk mendukung kegiatan pemasaran dan komunikasi usaha. Rendahnya literasi digital serta minimnya pendampingan menjadi permasalahan utama yang menghambat optimalisasi peran PKK dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital UMKM ibu-ibu PKK melalui pelatihan dan pendampingan pemanfaatan ChatGPT sebagai alat bantu pemasaran usaha. Metode yang digunakan meliputi pre-test, pemaparan materi menggunakan media presentasi (PowerPoint), praktik langsung penggunaan ChatGPT, serta post-test sebagai evaluasi kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan, yang ditunjukkan oleh kenaikan skor post-test dibandingkan dengan pre-test pada seluruh peserta. Selain itu, peserta mampu menghasilkan deskripsi produk dan konten promosi sederhana sesuai dengan jenis usaha masing-masing. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pemanfaatan ChatGPT dapat menjadi solusi praktis untuk meningkatkan literasi digital serta mendukung pengelolaan dan pemasaran UMKM di tingkat lokal.

Kata Kunci: ChatGPT; Literasi Digital; Pengabdian Kepada Masyarakat; PKK; UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi sekitar 60 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap lebih dari 90 persen tenaga kerja, sehingga berperan penting dalam mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Selain itu, UMKM turut menggerakkan perekonomian lokal melalui penciptaan pusat-pusat ekonomi baru yang tersebar secara merata, dengan memanfaatkan sumber daya lokal untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan komunitas (Roudhotun Nurul Janah & Roi Seston Tampubolon, 2024). Dalam konteks pemberdayaan masyarakat, masih terdapat tantangan terkait optimalisasi peran Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) dalam mendorong kegiatan ekonomi produktif. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya revitalisasi peran PKK beserta perangkat lingkungan agar dapat kembali berkontribusi secara optimal dalam pemberdayaan masyarakat, khususnya pada sektor UMKM (Magfira et al., n.d.).

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan dalam cara pelaku usaha memasarkan produk dan mengelola usahanya. Pemanfaatan media digital memungkinkan pelaku UMKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, memperkenalkan produk secara lebih efektif, serta meningkatkan efisiensi kegiatan usaha (Okky Tegar Adinda & Priana Primandhana, 2023). Namun, pada praktiknya masih banyak pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan digital (Sukma Donoriyanto et al., 2023).

Kabupaten Banjarnegara, khususnya Kecamatan Rakit, memiliki potensi UMKM yang cukup besar dan sebagian di antaranya dikelola oleh ibu-ibu PKK. Produk UMKM yang dihasilkan beragam, seperti makanan olahan dan produk rumah tangga. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara maksimal. Kondisi ini menyebabkan produk UMKM sulit berkembang dan kurang dikenal di luar lingkungan sekitar.

Seiring dengan perkembangan teknologi, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) mulai banyak dimanfaatkan dalam berbagai bidang, termasuk dalam kegiatan usaha. Salah satu teknologi AI yang mudah digunakan adalah ChatGPT, yang dapat membantu pengguna dalam membuat teks seperti deskripsi produk, ide promosi, dan pesan pemasaran. Teknologi ini dapat menjadi alat bantu yang praktis bagi pelaku UMKM dalam mendukung aktivitas pemasaran dan komunikasi usaha secara digital (Amalia et al., n.d.).

Namun demikian, pemanfaatan ChatGPT dan teknologi digital lainnya di kalangan pelaku UMKM, khususnya ibu-ibu PKK, masih sangat terbatas. Rendahnya literasi digital dan minimnya pendampingan menjadi faktor utama yang menyebabkan teknologi ini belum banyak digunakan untuk mendukung pengelolaan usaha (Amalia et al., n.d.). Oleh karena itu, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan pemanfaatan ChatGPT agar pelaku UMKM mampu menggunakan teknologi tersebut secara tepat dan efektif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelatihan pemanfaatan ChatGPT bagi UMKM ibu-ibu PKK di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan literasi digital, membantu pelaku UMKM dalam menyusun konten pemasaran sederhana, serta mendukung pengelolaan usaha yang lebih efektif dan efisien di era digital (An'ars et al., 2023).

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara, dengan sasaran utama ibu-ibu PKK yang memiliki atau mengelola usaha mikro dan usaha berbasis rumah tangga. Metode pelaksanaan pengabdian dirancang secara partisipatif dengan mengombinasikan pemaparan materi, praktik langsung, serta evaluasi sederhana melalui pre-test dan post-test.

Tahap awal kegiatan diawali dengan pelaksanaan pre-test untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta terkait pemanfaatan teknologi digital dan penggunaan ChatGPT dalam mendukung kegiatan usaha UMKM. Pre-test diberikan dalam bentuk pertanyaan sederhana yang berkaitan dengan pengetahuan peserta mengenai pemasaran digital dan pemanfaatan teknologi berbasis kecerdasan buatan.

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan materi menggunakan media presentasi (PowerPoint). Materi yang disampaikan meliputi pengenalan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence), pengenalan ChatGPT, serta contoh pemanfaatannya dalam kegiatan usaha UMKM, seperti pembuatan deskripsi produk, ide konten promosi, dan penyusunan pesan pemasaran sederhana. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif dengan melibatkan peserta dalam diskusi dan tanya jawab.

Setelah pemaparan materi, peserta mengikuti sesi praktik langsung penggunaan ChatGPT. Pada tahap ini, peserta didampingi untuk mengakses dan menggunakan ChatGPT melalui perangkat yang dimiliki, seperti telepon pintar. Peserta mempraktikkan secara langsung pembuatan deskripsi produk dan konten promosi sesuai dengan jenis usaha masing-masing, dengan pendampingan dari tim pengabdian.

Sebagai tahap akhir, dilakukan post-test untuk mengetahui peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan praktik. Hasil post-test dibandingkan secara deskriptif dengan hasil pre-test untuk melihat perubahan tingkat pemahaman peserta terhadap pemanfaatan ChatGPT dalam kegiatan usaha. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui pengamatan terhadap keterlibatan peserta serta kualitas output yang dihasilkan selama sesi praktik.

Melalui rangkaian metode tersebut, kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital ibu-ibu PKK serta mendorong pemanfaatan ChatGPT sebagai alat bantu yang praktis dalam mendukung pengelolaan dan pemasaran usaha UMKM.

3. HASIL

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara diikuti oleh 20 peserta yang merupakan ibu-ibu PKK pelaku UMKM. Seluruh peserta mengikuti rangkaian kegiatan secara lengkap, mulai dari pelaksanaan pre-test, pemaparan materi menggunakan media presentasi (PowerPoint), praktik langsung pemanfaatan ChatGPT, hingga pelaksanaan post-test sebagai bentuk evaluasi kegiatan.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian besar peserta masih memiliki tingkat pemahaman yang terbatas mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam mendukung kegiatan usaha UMKM. Peserta pada umumnya belum familiar dengan konsep kecerdasan buatan dan pemanfaatan ChatGPT sebagai alat bantu dalam pemasaran dan komunikasi usaha. Kondisi ini sejalan dengan temuan awal di lapangan yang menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran UMKM masih didominasi oleh cara-cara konvensional.

Tabel 1. Hasil Nilai Pre test dan Post test peserta.

No	Nama Peserta	Skor Pre-Test	Skor Post-Test
1	Peserta 1	45	75
2	Peserta 2	50	80
3	Peserta 3	40	70
4	Peserta 4	55	85
5	Peserta 5	48	78
6	Peserta 6	52	82
7	Peserta 7	47	76
8	Peserta 8	60	88
9	Peserta 9	42	72
10	Peserta 10	50	80
11	Peserta 11	45	74
12	Peserta 12	53	83
13	Peserta 13	46	75
14	Peserta 14	49	79
15	Peserta 15	44	73
16	Peserta 16	58	86
17	Peserta 17	51	81
18	Peserta 18	43	72
19	Peserta 19	56	84
20	Peserta 20	48	77

Setelah mengikuti sesi pemaparan materi dan praktik langsung, hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta secara menyeluruh. Seluruh peserta mengalami kenaikan skor post-test dibandingkan dengan skor pre-test. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa materi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh peserta serta metode pelaksanaan kegiatan yang mengombinasikan pemaparan dan praktik langsung efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan ChatGPT.

Selain peningkatan skor pre-test dan post-test, hasil kegiatan juga tercermin dari kemampuan peserta dalam mengaplikasikan ChatGPT secara langsung. Pada sesi praktik, peserta mampu menyusun deskripsi produk dan pesan promosi sederhana yang disesuaikan dengan karakteristik usaha masing-masing. Beberapa peserta juga mulai mencoba mengembangkan ide konten promosi untuk media sosial dan pesan pemasaran berbasis teks, yang sebelumnya belum pernah dilakukan.

Keterlibatan peserta selama kegiatan berlangsung tergolong tinggi. Peserta menunjukkan antusiasme melalui keaktifan dalam bertanya, berdiskusi, serta mencoba berbagai fitur ChatGPT dengan pendampingan dari tim pengabdian. Diskusi yang berlangsung tidak hanya berkaitan dengan teknis penggunaan aplikasi, tetapi juga mengenai strategi pemasaran sederhana yang dapat diterapkan pada usaha UMKM yang dijalankan.

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan ChatGPT tidak hanya meningkatkan pemahaman peserta secara kognitif, tetapi juga mendorong peningkatan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung usaha. Peserta menyampaikan bahwa penggunaan ChatGPT dirasakan membantu dalam mengatasi keterbatasan ide dan kemampuan merangkai kalimat promosi, sehingga mempermudah proses pemasaran produk.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan dampak positif terhadap peningkatan literasi digital ibu-ibu PKK pelaku UMKM di Kecamatan Rakit. Kegiatan ini juga menjadi sarana awal dalam mendukung revitalisasi peran PKK sebagai penggerak pemberdayaan ekonomi masyarakat di tingkat lokal, khususnya melalui pemanfaatan teknologi digital yang sederhana dan mudah diakses.

4. DISKUSI

Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan pemanfaatan ChatGPT mampu meningkatkan pemahaman ibu-ibu PKK pelaku UMKM terhadap penggunaan teknologi digital dalam mendukung kegiatan usaha. Hal ini terlihat dari adanya peningkatan skor post-test dibandingkan dengan pre-test pada seluruh peserta. Temuan

ini mengindikasikan bahwa metode pemaparan materi yang dikombinasikan dengan praktik langsung efektif dalam meningkatkan literasi digital mitra.

Hasil kegiatan ini sejalan dengan konsep pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas pengetahuan dan keterampilan sebagai dasar kemandirian ekonomi. Pemanfaatan ChatGPT memberikan solusi praktis bagi pelaku UMKM dalam menyusun deskripsi produk dan konten promosi, sehingga dapat membantu mengatasi keterbatasan kemampuan pemasaran yang sebelumnya dihadapi.

Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga mendorong meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam memanfaatkan teknologi digital. Dengan adanya pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mitra, teknologi kecerdasan buatan seperti ChatGPT dapat diadaptasi oleh UMKM skala mikro secara lebih mudah. Oleh karena itu, kegiatan ini berkontribusi dalam mendukung revitalisasi peran PKK sebagai penggerak pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis UMKM.



Gambar 1. Foto dengan peserta.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan dan pendampingan pemanfaatan ChatGPT bagi UMKM ibu-ibu PKK di Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara telah berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terhadap pemanfaatan teknologi digital, yang ditunjukkan melalui perbandingan hasil pre-test dan post-test.

Melalui pemaparan materi dan praktik langsung, peserta mampu memahami dan mengaplikasikan ChatGPT sebagai alat bantu dalam penyusunan deskripsi produk dan konten pemasaran sederhana. Kegiatan ini juga berkontribusi dalam meningkatkan literasi digital serta mendukung revitalisasi peran PKK sebagai penggerak pemberdayaan ekonomi masyarakat

berbasis UMKM.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan yang sederhana dan mudah diakses dapat menjadi solusi praktis untuk meningkatkan kapasitas UMKM skala mikro di tingkat lokal. Ke depan, kegiatan serupa dapat dikembangkan secara berkelanjutan agar dampak yang dihasilkan semakin optimal.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penulis menyampaikan terima kasih kepada ibu-ibu PKK Kecamatan Rakit, Kabupaten Banjarnegara, atas partisipasi dan kerja sama yang baik selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada perangkat desa dan pihak terkait yang telah memberikan dukungan dan fasilitas sehingga kegiatan dapat terlaksana dengan lancar.

DAFTAR REFERENSI

- Amalia, S., Karomatan, T., & Ridwan, W. I. (n.d.). *Pengaruh penggunaan ChatGPT sebagai content creation dalam membangun persepsi konsumen terhadap strategi pemasaran UMKM*. Manuskrip tidak dipublikasikan.
- An'ars, M. G., Hendrastuty, N., Damayanti, D., & Putra, A. D. (2023). Perancangan teks promosi UMKM Sikop Arrum Batik menggunakan program berbasis AI ChatGPT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, 4(1), 11–18. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v4i1.109>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson Education.
- Deloitte. (2021). *Digital transformation for small and medium enterprises*. Deloitte Insights.
- Giones, F., Brem, A., Pollack, J. M., Michaelis, T. L., Klyver, K., & Brinckmann, J. (2020). Revisiting entrepreneurial ecosystems through the lens of the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00198. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00198>
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia*. KemenKopUKM.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Magfira, D. B., Kurniastuti, I., Yudianto, F., Sulistiyani, E., Shabrina Meutia, N., Hasani, A. A., Fadillah Irwanto, M., & Fadlia, L. S. (n.d.). *Pendampingan pemanfaatan sistem informasi inventory toko kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM)*. Manuskrip tidak dipublikasikan.
- OECD. (2021). *The digital transformation of SMEs*. OECD Publishing.
- Okky Tegar Adinda, E., & Priana Primandhana, W. (2023). Pemanfaatan media digital dalam

- meningkatkan pemasaran dan pertumbuhan UMKM Desa Karang Kabupaten Jombang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 304–313. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10076990>
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi industri 4.0 dan tantangan perubahan sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(2), 22–27.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Roudhotun Nurul Janah, U., & Roi Seston Tampubolon, F. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor UMKM terhadap pendapatan nasional di Indonesia. <https://doi.org/10.62710/a45xg233>
- Sukma Donoriyanto, D., Indiyanto, R., Ratni Juliardi R, N. A., Ali Syamsiah, Y., & Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur. (2023). Optimalisasi penggunaan media sosial sebagai sarana promosi online store pada pelaku UMKM di Kota X. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Susanti, F. (2020). Strategi pemasaran digital bagi UMKM pada era pandemi COVID-19. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 8(1), 45–56.