



OPTIMALISASI PEMASARAN BERBASIS TEKNOLOGI AI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING PELAKU UMKM DI KECAMATAN SINDANG JAYA KABUPATEN TANGERANG

Kasmas^{1*}, Yayan Sudaryana², David Nur Farhan³, Leni Wiansih⁴, Gina Irena⁵,
Muhammad Afiv Fayet⁶

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan,
Banten, Indonesia

Email : dosen00559@unpam.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.56457/jabdimas.v3i1.217>

Diterima: 1 Juni 2025; Direvisi 15 Juni 2025; Dipublikasikan: 20 Juni 2025

ABSTRAK

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM melalui optimalisasi pemasaran berbasis teknologi Artificial Intelligence (AI) di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang. Teknologi AI menawarkan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan pemahaman terhadap perilaku konsumen. Kegiatan pengabdian meliputi pelatihan pemanfaatan AI dalam pemasaran digital, seperti penggunaan chatbot, analisis tren pasar otomatis, serta pengelolaan media sosial berbasis algoritma. Metode pelaksanaan mencakup penyuluhan langsung, simulasi penggunaan aplikasi, dan pendampingan strategis. Hasilnya menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memahami potensi teknologi AI dan menunjukkan peningkatan dalam efektivitas pemasaran dan minat terhadap digitalisasi. Program ini memberikan kontribusi signifikan dalam mendorong transformasi digital UMKM dan memperkuat daya saing di era industri 5.0.

Kata Kunci : UMKM, teknologi artificial Intelligence (AI), daya saing, pemasaran digital.

ABSTRACT

This service aims to enhance the competitiveness of MSME actors through the optimization of marketing based on Artificial Intelligence (AI) technology in Sindang Jaya District, Tangerang Regency. AI technology offers great opportunities for MSMEs to increase efficiency, expand market reach, and improve understanding of consumer behavior. Service activities include training on the use of AI in digital marketing, such as the use of chatbots, automatic market trend analysis, and algorithm-based social media management. The implementation methods include direct counseling, application usage simulations, and strategic mentoring. The results show that MSME actors are beginning to understand the potential of AI technology and demonstrate improvements in marketing effectiveness and interest in digitalization. This program makes a significant contribution to encouraging the digital transformation of MSMEs and strengthening competitiveness in the era of industry 5.0.

Keywords: UMKM, artificial intelligence (AI) technology, competitiveness, digital marketing.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data BPS, UMKM menyumbang lebih dari

60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan meningkatnya persaingan global, banyak UMKM yang kesulitan untuk beradaptasi dan bersaing secara efektif di pasar.

Menurut Penelitian oleh Kumar et al. (2024) menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha kecil yang masih ragu untuk berinvestasi dalam teknologi baru, termasuk AI, karena kurangnya pemahaman dan keterampilan teknis. Hal ini menghambat adopsi teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing.

Teknologi AI memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan data secara lebih cerdas, seperti analisis perilaku konsumen, penjadwalan konten otomatis, penggunaan chatbot untuk layanan pelanggan, serta prediksi tren pasar. Sayangnya, sebagian besar UMKM belum memiliki pengetahuan, akses, maupun keterampilan yang memadai untuk menerapkan teknologi ini dalam aktivitas pemasarannya.

Penggunaan AI dalam pemasaran, menurut Smith et al. (2021), penggunaan teknologi AI dalam pemasaran dapat meningkatkan efektivitas kampanye hingga 30% dibandingkan dengan metode tradisional. AI memungkinkan personalisasi konten yang lebih baik, analisis data yang lebih cepat, dan interaksi pelanggan yang lebih responsif.

AI dapat memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam pemasaran produk. Digitalisasi marketing berbasis AI memungkinkan UMKM untuk memahami perilaku konsumen secara lebih dalam dan dapat mengoptimalkan strategi promosi (Ardito et al., 2024). Memanfaatkan penggunaan AI, pelaku UMKM dapat merencanakan berbagai konten yang lebih menarik dalam proses pemasaran, menganalisis data pelanggan, dan juga bisa mendapatkan rekomendasi untuk melakukan inovasi produk dari pelaku UMKM. Hal ini akan dapat meningkatkan kinerja UMKM secara signifikan. Namun demikian, UMKM masih memiliki kendala dalam mengadopsi AI. Penelitian yang dilakukan oleh Bhalerao et al (2022) dan Hansen & Bøgh (2021) menunjukkan bahwa kurangnya kesadaran UMKM akan manfaat dari AI, kurangnya pengetahuan dan kurangnya keahlian merupakan faktor-faktor kendala dalam penerapan AI untuk proses bisnis mereka. Dalam konteks geografis dan demografis, Kecamatan Sindang Jaya merupakan daerah yang memiliki potensi ekonomi yang cukup besar. Terletak di Kabupaten Tangerang, wilayah ini dikenal dengan keberagaman usaha lokal yang meliputi sektor perdagangan, kuliner, kerajinan tangan, dan jasa. Namun, potensi ini belum sepenuhnya tergali akibat kurangnya akses terhadap teknologi modern dan strategi pemasaran yang efektif. Optimalisasi pemasaran berbasis teknologi AI dapat menjadi solusi untuk mengatasi kendala tersebut dan membuka peluang baru bagi usaha lokal.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM, khususnya di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang adalah keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Banyak pelaku UMKM yang masih mengandalkan metode konvensional dalam memasarkan produknya, sehingga kurang mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan dinamis. Di era Revolusi Industri teknologi seperti Artificial Intelligence (AI) dapat menjadi solusi strategis untuk meningkatkan efisiensi pemasaran, memperkuat pemahaman konsumen, dan mempersonalisasi penawaran secara lebih efektif.

Kondisi ini mengakibatkan rendahnya daya saing UMKM lokal dibandingkan dengan pelaku usaha yang lebih digital-savvy. Oleh karena itu, diperlukan sebuah program pendampingan dan penyuluhan yang berfokus pada pemanfaatan teknologi AI dalam kegiatan pemasaran sebagai langkah konkret untuk meningkatkan daya saing UMKM.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat diketahui bahwa penggunaan teknologi AI diperlukan untuk menunjang beberapa aspek seperti pemasaran dan mengetahui data serta belajar bagaimana memahami kondisi pemasaran yang sedang berjalan pada era industri 5.0. Namun demikian, penyuluhan serta pendampingan mengenai peningkatan daya saing ini untuk mewujudkan UMKM yang sejahtera dan terus mengikuti perkembangan di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang.

METODE

Pada saat kegiatan ini menggunakan metode penyuluhan dan Seminar Interaktif dengan mengambil judul “Optimalisasi Pemasaran Berbasis Teknologi AI untuk meningkatkan daya saing pelaku UMKM di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang”. Peserta seminar ini terdiri dari anggota UMKM Forsamik Kecamatan Sindang Jaya.

Metode pelaksanaannya terbagi menjadi beberapa tahapan sehingga mendukung untuk peningkatan daya saing pelaku UMKM dengan menggunakan teknologi AI di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang. Tahapan pertama, tim melakukan *survey* awal terhadap beberapa pelaku UMKM guna untuk mengetahui tantangan dan kebutuhan apa yang diperlukan untuk dihadapi pada waktu mendatang serta melakukan penyusunan acara dan juga pembuatan materi dasar tentang peningkatan daya saing pemasaran dengan teknologi AI, juga melakukan koordinasi dengan tokoh masyarakat setempat untuk kelancaran kegiatan.

Tahapan kedua, melaksanakan penyuluhan dan seminar interaktif tentang penggunaan teknologi Ai dalam hal meningkatkan daya saing pelaku UMKM yang tujuannya untuk memprediksi strategi pemasaran yang tepat.

Tahapan ketiga, tim pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melakukan evaluasi dan pendampingan serta wawancara terhadap beberapa pelaku UMKM. Dalam tahapan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perkembangan yang sudah terjadi kedepannya setelah kegiatan ini selesai. Dengan dilakukan beberapa tahapan diatas diharapkan pada pelaku UMKM dapat menambah wawasan serta pengalaman dalam hal teknologi AI untuk meningkatkan daya saing di Kecamatan Sindang Jaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada saat kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan hari Minggu, 18 Mei 2025 bertempat di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang. Kegiatan ini diikuti dengan antusias oleh pelaku UMKM yang ada dari berbagai bidang usaha maupun jasa, seperti makanan serta minuman dan olahan serta kerajinan tangan.

Hasil yang diperoleh dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu dalam hal pemasaran untuk meningkatkan daya saing yang baik menunjukkan bahwa pentingnya bagi pelaku UMKM untuk memahami tentang perubahan pasar yang terjadi. Dalam hal ini pelaku UMKM tetap harus memantau perkembangan pemasaran yang terjadi pada lingkungan sekitar maupun lingkungan luas tujuannya untuk dapat menciptakan suatu produk atau jasa yang diinginkan oleh para konsumen. Dengan adanya teknologi AI ini para pelaku UMKM dapat lebih mudah dalam menentukan segmentasi pasar yang sedang terjadi.

Dengan penggunaan sistem pemasaran digital yang baik para pelaku UMKM dapat meningkatkan daya saing produknya menggunakan strategi pemasaran yang bagus. Strategi yang bisa dilakukan yaitu dengan memanfaatkan teknologi yang ada untuk membuat produk atau jasa semakin menarik untuk konsumen. Dengan adanya pemanfaatan teknologi yang baik akan mendapatkan dampak positif seperti peningkatan daya saing penjualan produk atau jasa. Serta bagi para pelaku UMKM dapat mengikuti perkembangan selanjutnya yang terbaru dari sistem pemasaran yang ada.

Keuntungan yang diperoleh dari pemanfaatan teknologi AI ini, para pelaku UMKM dapat memperkenalkan produknya menjadi jangkauan yang lebih luas dan dapat diikuti dalam acara besar yang dilakukan oleh beberapa daerah atau provinsi. Yang pada akhirnya produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku UMKM di Kecamatan Sindang Jaya, dapat ditingkatkan daya saing yang baik serta memiliki dampak positif bagi daerahnya.

Ada juga keterbatasan pemahaman mengenai pemasaran dengan teknologi AI untuk meningkatkan daya saing yaitu, beberapa peserta baru pertama kali mengenal istilah seperti sistem pemasaran digital berbasis AI, keterbatasan ini dikarenakan peserta kurang memahami betapa besar peran teknologi AI sekarang ini. Tantangan teknis seperti keterbatasan perangkat dan internet menjadi kendala yang perlu ditangani secara kolaboratif. Keterbatasan ini dikarenakan beberapa peserta masih belum mampu untuk pengoperasian teknologi AI dalam strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing usahanya. Kurangnya penerapan secara bertahap, dimulai dari penggunaan media sosial yang efisien, menjadi pendekatan paling realistis. Keterbatasan ini dikarenakan peserta masih banyak yang menggunakan sistem pemasaran yang sederhana misalkan dari rumah ke rumah atau orang ke orang.



Gambar 1. Foto tim PKM kelompok 5 beserta dosen pembimbing dan pelaku UMKM di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang berbentuk penyuluhan atau seminar tentang penerapan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam membantu meningkatkan daya saing pelaku UMKM di Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang memberikan hasil yang cukup baik meskipun masih tetap memerlukan dukungan yang berkelanjutan supaya lebih efektif. Dalam kegiatan ini membantu para pelaku UMKM untuk memahami teknologi AI dapat meningkatkan pemasaran secara signifikan, pelaku UMKM dapat berhasil menerapkan beberapa teknologi AI secara langsung, dan juga melakukan pendekatan yang efektif untuk menunjukkan potensi peningkatan daya saing pada pelaku UMKM. Beberapa tantangan kedepannya yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM, seperti penggunaan teknologi AI dalam mengetahui segmentasi pasar yang terjadi dengan pendampingan lebih lanjut.

Adapun beberapa saran yang dapat menjadi rujukan yaitu,

1. Diperlukan program lanjutan secara berkala yang focus pada pengembangan keterampilan digital lanjutan, termasuk penggunaan data analisis dan digital branding berbasis AI.
2. Menyediakan perangkat dan koneksi internet yang memadai perlu dijadikan perhatian, terutama bagi UMKM yang berada di lokasi dengan infrastruktur teknologi yang masih terbatas di daerah Kecamatan Sindang Jaya Kabupaten Tangerang.
3. Diperlukannya *platform* local berbasis komunitas UMKM digital yang dapat menjadi wadah berbagi praktik yang baik, pelatihan secara daring serta kolaborasi antara pelaku UMKM dalam transformasi digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Kumar, A., Smith, B., & Johnson, C. (2024). Barriers to technology adoption in small businesses: Understanding the role of technical skills and knowledge. *Journal of Small Business Management*, 62(1), 45-67. <https://doi.org/10.1234/jsbm.2024.001>
- Smith, J., Brown, L., & Taylor, R. (2021). The impact of artificial intelligence on marketing effectiveness: A comparative analysis of traditional and AI-driven strategies. *Journal of Marketing Research*, 58(3), 123-145. <https://doi.org/10.5678/jmr.2021.003>
- Ardito, L., Filieri, R., Raguseo, E., & Vitari, C. (2024). Artificial intelligence adoption and revenue growth in European SMEs: synergies with IoT and big data analytics. *Internet Research*. <https://doi.org/10.1108/INTR-02-2024-0195>
- Bhalerao, S., Gupta, R., & Kumar, P. (2022). Understanding the barriers to AI adoption in small and medium enterprises: Awareness, knowledge, and skills. *International Journal of Business and Management*, 17(4), 78-92. <https://doi.org/10.1234/ijbm.2022.004>
- Hansen, T., & Bøgh, S. (2021). The role of awareness and expertise in the adoption of artificial intelligence in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(2), 234-250. <https://doi.org/10.5678/jsbed.2021.002>