



## PELATIHAN PRODUKSI KONTEN MARKETING UNTUK UMKM PERAK KOTAGEDE BERBASIS AI

Rizqi Sukma Kharisma<sup>1</sup>, Raditya Wardhana<sup>2</sup>, Riski Damastuti<sup>3</sup>, Popi Andiyansari<sup>4</sup>, Kofifa Aisyah Nur Amini<sup>5</sup>, Za'im Muthahari<sup>6</sup>, Mujahidin Ataraxia Dika<sup>7</sup>, Muhammad Isnaini Daffa Rafsanjani<sup>8</sup>,

<sup>1,2,7,8</sup> Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Amikom Yogyakarta, Yogyakarta

<sup>3,5,6</sup> Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta, Yogyakarta

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Yogyakarta

### Abstrak

**Kata Kunci:**

*Konten  
Marketing,  
Kecerdasan  
Buatan (AI),  
ChatGPT,  
GeminiAI,  
Prompt  
Engineering,  
Pemberdayaa  
n Masyarakat.*

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (AI) telah merevolusi lanskap pemasaran digital. Meskipun memiliki warisan budaya dan kualitas produk yang tinggi, UMKM pengrajin Perak Kotagede seringkali menghadapi tantangan dalam produksi konten marketing yang efektif, efisien, dan berskala besar untuk bersaing di pasar digital. Keterbatasan waktu, biaya, serta kurangnya keterampilan dalam menciptakan konten kreatif (foto, video, dan copywriting) yang mampu menandingi kualitas keindahan produk perak menjadi hambatan utama dalam perluasan pasar. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan tersebut dengan memberikan pemahaman mendalam dan keterampilan praktis kepada mitra mengenai pemanfaatan teknologi AI (seperti ChatGPT, GeminiAI, dan HailuoAI). Tujuannya adalah membantu mitra memecahkan masalah produksi konten tersebut, sekaligus mendukung strategi pemasaran digital dan produksi konten kreatif mereka secara optimal. Pelatihan ini dilaksanakan dengan mengintegrasikan beberapa platform kecerdasan buatan terkemuka, antara lain ChatGPT, GeminiAI, dan HailuoAI. Fokus utama metode terletak pada penekanan aspek kejelasan dan ketepatan dalam penyusunan prompt. Peserta dilatih untuk merancang prompt yang rinci, sistematis, dan spesifik agar mampu memaksimalkan efektivitas sistem AI. Pendekatan ini memastikan peserta tidak hanya terampil dalam mengoperasikan aplikasi, tetapi juga mampu memahami strategi konseptual yang mengarahkan hasil konten (teks, foto, dan video) agar relevan dengan identitas merek dan tujuan promosi mitra. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan dalam kompetensi mitra dalam memproduksi konten marketing berkualitas secara mandiri dengan bantuan AI. Mitra kini mampu memanfaatkan teknologi AI secara maksimal untuk memperkuat daya saing usaha. PKM ini berkontribusi dalam mewujudkan ekosistem pemberdayaan kolaboratif di mana teknologi AI berfungsi sebagai katalisator untuk profesionalitas dan daya saing usaha kecil di era digital, sekaligus mempromosikan inovasi tanpa batas dalam praktik kewirausahaan.

## A. Pendahuluan

Kotagede, yang terletak di Daerah Istimewa Yogyakarta, telah lama dikenal sebagai sentra kerajinan perak legendaris di Indonesia. Warisan budaya dan keahlian tangan para pengrajinnya menghasilkan produk-produk perak dengan nilai seni dan kualitas yang tak tertandingi. Keunikan produk ini merupakan potensi bagi masyarakat lokal dan juga sebagai daya tarik pariwisata daerah. Pemberdayaan sektor UMKM seperti ini krusial dan sejalan dengan mandat pembangunan ekonomi nasional (Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021). Namun, di tengah era transformasi digital, potensi tersebut belum tergarap secara maksimal.

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan beberapa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pengrajin perak di Kotagede, teridentifikasi sejumlah tantangan krusial yang menghambat daya saing mereka di pasar digital. Tantangan ini merefleksikan permasalahan umum yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital untuk pemberdayaan usaha (Taufik & Huda, 2021). Analisis situasi menunjukkan permasalahan utama terletak pada produksi konten pemasaran. Para pengrajin sangat terampil dalam menciptakan produk fisik, namun menghadapi kendala signifikan ketika harus menerjemahkan keindahan produk tersebut ke dalam bentuk konten digital yang menarik (foto, video, dan narasi).

Permasalahan tersebut dapat dirinci sebagai berikut:

- 1. Keterbatasan Sumber Daya:** Mayoritas UMKM beroperasi dengan sumber daya manusia, waktu, dan anggaran yang terbatas. Mereka tidak memiliki tim khusus untuk pemasaran atau biaya untuk menyewa fotografer profesional, videografer, dan copywriter secara rutin.
- 2. Kesenjangan Keterampilan Digital:** Para pengrajin, yang mayoritas merupakan generasi senior, seringkali kurang familiar dengan teknik fotografi produk modern, videografi dinamis, dan penulisan naskah promosi yang persuasif untuk platform seperti Instagram, Facebook, atau marketplace.
- 3. Skalabilitas Produksi Konten:** Untuk tetap relevan di media sosial, UMKM perlu memproduksi konten secara konsisten dan bervariasi. Tantangan ini sulit diatasi dengan metode manual, yang memakan waktu dan tenaga.
- 4. Daya Saing Visual:** Kualitas visual konten yang dihasilkan seringkali tidak sebanding dengan keindahan dan detail produk perak itu sendiri. Akibatnya, produk berkualitas tinggi terkesan kurang premium di mata calon konsumen digital.

Kombinasi permasalahan ini menjadi hambatan utama dalam implementasi strategi pemasaran digital yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM (Hapsari & Keni, 2022).

Di sisi lain, perkembangan teknologi Kecerdasan Buatan (AI) generatif menawarkan solusi yang sangat relevan untuk mengatasi permasalahan ini. Fenomena ini sejalan dengan pergeseran lanskap pemasaran menuju era

Marketing 5.0, yang menekankan pemanfaatan teknologi untuk kemanusiaan (Kotler et al., 2021). Platform AI generatif, yang popularitasnya meroket dalam beberapa tahun terakhir (Dwivedi et al., 2023), seperti ChatGPT, GeminiAI (untuk teks dan ide), dan HailuoAI (untuk visual), dapat mengotomatisasi dan menyederhanakan proses pembuatan konten secara drastis, dengan biaya yang jauh lebih rendah. AI dapat menjadi asisten virtual yang membantu UMKM menghasilkan deskripsi produk yang memikat, ide konten video, bahkan visualisasi produk yang profesional.

Berdasarkan analisis kesenjangan antara potensi besar produk perak Kotagede dan tantangan dalam pemasaran digitalnya, mitra UMKM pengrajin perak di wilayah ini dinilai layak untuk dijadikan target kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pelatihan pemanfaatan AI untuk produksi konten marketing diharapkan dapat menjadi jembatan yang menghubungkan warisan budaya dengan teknologi modern, sehingga memberdayakan para pengrajin untuk bersaing di panggung digital global.

## B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian ini dirancang sebagai workshop interaktif dengan pendekatan partisipatif yang menekankan praktik langsung. Tujuan utamanya adalah memberikan keterampilan teknis dan pemahaman konseptual pemanfaatan AI untuk produksi konten pemasaran.

Waktu, Lokasi, dan Peserta Pelatihan dilaksanakan pada Sabtu, 20 September 2025, pukul 09.00 – 15.00 WIB. Kegiatan berlokasi di Gaia Cosmo Hotel, yang dipilih karena aksesibilitasnya yang mudah bagi mitra. Peserta kegiatan berjumlah 15 orang pengelola kerajinan perak Kotagede.

Tahapan Pelaksanaan Metode lokakarya dibagi menjadi tiga tahapan utama untuk memastikan transfer pengetahuan yang sistematis,

- |                                    |  |
|------------------------------------|--|
| 1. Tahap Persiapan                 | : Meliputi observasi awal untuk analisis situasi mitra, koordinasi dengan paguyuban pengrajin, dan pengembangan modul pelatihan yang spesifik dan relevan dengan industri perak.   |
| 2. Tahap Implementasi : (Workshop) | Pelaksanaan pelatihan dilakukan dalam satu hari penuh, mencakup: Pemaparan Konsep: Pengenalan AI generatif. Demonstrasi Teknis: Tim pelaksana menunjukkan studi kasus nyata menggunakan ketiga platform AI. Praktik Terdamping (Hands-on): Sesi inti dimana peserta, didampingi fasilitator, secara langsung mempraktikkan pembuatan konten pada penyusunan prompt (perintah) yang efektif, jelas, dan spesifik. |
| 3. Tahap Evaluasi                  | : Untuk menilai peningkatan kompetensi mitra Instrumen yang digunakan adalah kuesioner <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> serta observasi  |

---

langsung. Dampak langsung yang teramat setelah pelatihan adalah peningkatan pemahaman konseptual mitra (terlihat dari skor *post-test*) dan tumbuhnya kemandirian dalam produksi konten dasar.

---

### C. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi para peserta.

#### 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Pelatihan yang dilaksanakan pada Sabtu, 20 September 2025, pukul 09.00 – 15.00 WIB di Gaia Cosmo Hotel di Gaia Cosmo Hotel diikuti oleh 15 orang pengelola kerajinan perak Kotagede. Seluruh rangkaian acara, mulai dari pemaparan materi hingga sesi praktik, berjalan lancar.

Gambar 1. Pelatihan Produksi Konten Marketing Untuk UMKM Perak Kotagede Berbasis AI



#### 2. Peningkatan Kompetensi Peserta

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kompetensi yang signifikan pada diri mitra.

- Hasil Kuesioner:** Data dari pre-test menunjukkan bahwa sekitar 80% peserta belum pernah menggunakan platform AI generatif untuk keperluan bisnis dan memiliki pemahaman yang sangat terbatas. Skor rata-rata pre-test adalah 68.13 (dari skala 100). Setelah mengikuti pelatihan, hasil post-test menunjukkan lonjakan skor rata-rata menjadi 80.21. Hal ini mengindikasikan adanya peningkatan pemahaman konseptual yang sangat baik.

Gambar 2.

Praktik Langsung membuat konten berbasis AI



- b. **Hasil Praktik Langsung:** Selama sesi praktik, lebih dari 90% peserta berhasil membuat setidaknya satu jenis konten secara mandiri menggunakan AI. Beberapa contoh output yang berhasil dibuat antara lain: Deskripsi produk untuk kalung perak dengan detail spesifik (berat, panjang, teknik pembuatan) yang dihasilkan melalui GeminiAI. Lima variasi caption Instagram untuk promosi anting-anting model terbaru yang dibuat dengan ChatGPT. Gambar promosi dengan latar belakang estetik untuk sebuah cincin yang dihasilkan menggunakan HailuoAI, yang sebelumnya sulit mereka buat tanpa studio foto.

Gambar 3.

Hasil Praktik Langsung membuat konten berbasis AI



### 3. Pembahasan

Keberhasilan pelatihan ini didorong oleh beberapa faktor kunci.

- a. Pertama, relevansi materi. Materi yang disampaikan langsung menjawab kesulitan dalam membuat konten yang berkualitas dengan sumber daya terbatas. Penggunaan contoh-contoh yang spesifik dari industri perak Kotagede membuat peserta merasa materi tersebut "milik mereka".
- b. Kedua, penekanan pada *prompt engineering*. Pelatihan ini tidak hanya mengajarkan "cara mengklik" aplikasi, tetapi lebih dalam pada "cara berpikir" untuk berkomunikasi dengan AI. Peserta diajarkan bahwa kualitas output AI sangat bergantung pada kualitas input (prompt). Dengan melatih mereka untuk membuat prompt yang detail—misalnya, "Buatkan deskripsi produk untuk cincin perak 925 dengan teknik filigri, gaya etnik modern, target pasar wanita usia 25-40 tahun, tonjolkan keunikan buatan tangan"—peserta mampu mengarahkan AI untuk menghasilkan konten yang jauh lebih relevan dan berkarakter, sesuai dengan brand identity mereka.
- c. Ketiga, pendekatan partisipatif. Sesi praktik langsung dengan pendampingan intensif memastikan tidak ada peserta yang tertinggal. Umpan balik langsung dari seorang peserta, Ibu Sri (bukan nama sebenarnya), menyatakan, "Saya dulu berpikir membuat tulisan promosi itu susah sekali. Ternyata dengan AI ini jadi sangat cepat. Saya sekarang lebih percaya diri untuk posting di media sosial setiap hari." Dampak nyata bagi mitra adalah

kemandirian dan efisiensi. Mereka kini memiliki alat bantu yang dapat diakses kapan saja untuk mengatasi kebuntuan ide dan keterbatasan teknis. Teknologi AI berfungsi sebagai katalisator yang membebaskan waktu dan energi mereka dari tugas-tugas produksi konten yang repetitif, sehingga mereka bisa lebih fokus pada aspek strategis bisnis dan inovasi produk.

#### D. Simpulan

Pelatihan pemanfaatan platform AI generatif seperti ChatGPT, GeminiAI, dan HailuoAI terbukti menjadi solusi yang efektif dan efisien untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Penekanan pada metode prompt engineering menjadi kunci keberhasilan, karena membekali peserta dengan kemampuan untuk mengarahkan AI secara strategis guna menghasilkan konten yang sesuai dengan identitas merek dan tujuan pemasaran. Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa adopsi teknologi AI dapat menjadi akselerator pemberdayaan UMKM di era digital. Dengan bekal keterampilan ini, UMKM perak Kotagede kini lebih siap untuk memperkuat citra merek, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing bisnis mereka secara berkelanjutan.

#### E. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat Program Hibah Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025 dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak mitra ER Prapen dan Haseena Jawelry atas kerja sama dan fasilitas yang diberikan. Terakhir, terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Amikom Yogyakarta dan seluruh tim pengabdian yang telah berpartisipasi aktif dan menunjukkan semangat belajar yang luar biasa.

#### F. Referensi

- Dwivedi, Y. K., et al. (2023). "So what if ChatGPT wrote it?" Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management*, 71, 102642.
- Hapsari, A., & Keni, K. (2022). Strategi Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Society 5.0. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(10), 3421-3428.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Mollick, E., & Mollick, L. (2023). Using AI to Implement Strategy: Four Schools of Thought. *California Management Review*, 66(1), 16-39.



Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Taufik, A., & Huda, M. (2021). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 4(2), 169-176.