

Plagiarisme Jpc Rahmat Hidayat

Plagiarisme JPC Rahmat

 Quick Submit

 Quick Submit

 Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Document Details

Submission ID

trn:oid::1:3592766012

Submission Date

Jun 12, 2026, 2:40 PM GMT+7

Download Date

Jun 12, 2026, 2:44 PM GMT+7

File Name

Pustaka_JPC_Rahmat_Hidayat_1.docx

File Size

618.8 KB

8 Pages




2,866 Words

19,851 Characters

27% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

- 19%  Internet sources
- 18%  Publications
- 4%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Top Sources

- 19% Internet sources
- 18% Publications
- 4% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	journal.iaisambas.ac.id	2%
2	Publication	Dervin Dervin, Joshua Liu, Michael Peter Chandra, Fikar Penemuan, Ery Hartati. "...	2%
3	Publication	Aisah Asnawi, Etvin Rizal Tamher, Merry Pelupessy, Anggraini Chaniago, Hanifa...	1%
4	Internet	journal.ummat.ac.id	1%
5	Internet	www.abdifomatika.org	1%
6	Internet	jurnal.polibatam.ac.id	1%
7	Internet	ejournal.uhn.ac.id	1%
8	Publication	Hamdani Hamdani, Eni Suharti, Suryadi Suryadi, Sukesih Sukesih et al. "Women's ...	<1%
9	Internet	wirabuana.ac.id	<1%
10	Student papers	University of Muhammadiyah Malang	<1%
11	Internet	ejournal.sisfokomtek.org	<1%

12	Internet	mbae.eunoiaii.com	<1%
13	Publication	Yoga Budi Bhakti, Irnin Agustina Dwi Astuti, Dasmo Dasmo. "Peningkatan Kompe...	<1%
14	Student papers	Universitas PGRI Adi Buana Surabaya	<1%
15	Publication	Muhamad Syafii. "PELATIHAN STRATEGI UMPAN BALIK KOREKTIF BAGI GURU DAL...	<1%
16	Internet	core.ac.uk	<1%
17	Internet	ejournal.lppnusantara.com	<1%
18	Publication	Mawaddah Raudhatul Zannah DLM, Pristiyono Pristiyono, Mulkan Ritonga. "Opti...	<1%
19	Publication	Rahcmad Budi Suharto, Siti Amalia, Juliansyah Roy, Arfiah Busari. "Penguatan K...	<1%
20	Publication	Suarifqi Diantama. "Sosialisasi Pentingnya Pendidikan dan Literasi Anak Sekolah ...	<1%
21	Internet	ejournal-nipamof.id	<1%
22	Internet	jurnal.bimaberilmu.com	<1%
23	Student papers	Udayana University	<1%
24	Internet	e-journal.unmas.ac.id	<1%
25	Internet	www.researchgate.net	<1%

26	Internet	fastercapital.com	<1%
27	Internet	koransulsei.com	<1%
28	Publication	Elsya Aulia Wardani, Ahmad Jamil, Retno Dewi Wijastuti, Evi Mufrihah Zain et al. "...	<1%
29	Publication	Nafri Yanti, Noermanzah, Sandy Muhammadiansyah, Sarina. "Pelatihan Penyus...	<1%
30	Publication	Riswandi, Muhammad Nurwahidin, Agus Salim, Akmal Nur, Nursya Fathin Nadi...	<1%
31	Internet	s2dikdas.almaata.ac.id	<1%
32	Internet	www.mikrodata.co.id	<1%
33	Internet	131design.nl	<1%
34	Publication	Abdurrohman, Anis Fuad Salam, Dwi Fitrianiingsih, Indar Riyanto, M, Atep Effiana ...	<1%
35	Publication	Jenie Sundari, Yunita Yunita, Kumi Laila. "Pelatihan Transformasi Digital: Strategi ...	<1%
36	Internet	bookofrafly.com	<1%
37	Internet	garuda.kemdikbud.go.id	<1%
38	Internet	projekter.aau.dk	<1%
39	Internet	repository.iainbengkulu.ac.id	<1%

40	Internet	repository.iainpalopo.ac.id	<1%
41	Publication	I Wayan Sukra Warpala, Nyoman Santiyadnya, Ni Made Suci, I Dewa Gede Aristan...	<1%
42	Publication	Regina Sipayung, Darinda Sofia Tanjung, Aprianti Simanungkalit, Angella Ketaren...	<1%
43	Internet	digilib.iainpare.ac.id	<1%
44	Internet	eprints.unm.ac.id	<1%
45	Internet	impasdqwe.dpr.go.id	<1%
46	Internet	journal.staittd.ac.id	<1%
47	Internet	journalshub.org	<1%
48	Internet	obsesi.or.id	<1%
49	Internet	www.coursehero.com	<1%
50	Internet	www.viva.co.id	<1%
51	Publication	"European Yearbook / Annuaire Européen, Volume 71 (2023)", Brill, 2024	<1%
52	Publication	Axelon S Renyaan, Ermy D Sumanik, Yohan M Indey, Iriani I Bukorpioper. "Pelati...	<1%
53	Publication	Laras Putri Hartanti, Agus Widiyarta. "Community Empowerment Through the Vil...	<1%

54

Publication

Nikmatullah Nur, Alamsyah Agit, Syamsinar Syamsinar, Surnajawia Surnajawia et... <1%

55

Publication

Widia Astuti, Asridah Warni Tanjung, Pacifico Shorea Rotaria. "Strategi Pengemba... <1%



Volume 2 Issue 1 (2026) Pages x-xx
Jurnal Pengabdian Cendekia
E-ISSN: 3089-6312

Pendampingan Pemanfaatan Kecerdasan Buatan untuk Penguatan Promosi Digital BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun

Rahmat Hidayat^{1✉}, Shafira Khairunnisa²

Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman ⁽¹²⁾

DOI: prefix/singkatan jurnal.volume.nomor.ID artikel

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas promosi digital pada Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun melalui pemanfaatan teknologi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI). Permasalahan utama yang dihadapi oleh pengelola BUMDes adalah keterbatasan dalam pembuatan konten promosi yang menarik, kurangnya pemahaman terhadap strategi digital marketing, serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, dan praktik langsung penggunaan aplikasi berbasis AI seperti pembuatan teks promosi menggunakan AI generatif serta desain visual untuk kemasan dan media promosi. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penggunaan AI mampu meningkatkan kreativitas dan efisiensi dalam pembuatan konten promosi, baik dalam bentuk teks maupun visual. Selain itu, peserta pelatihan juga mengalami peningkatan pemahaman dalam menentukan target audiens, memilih platform media sosial yang tepat, serta menyusun strategi konten yang lebih terstruktur. Implementasi AI dalam pemasaran digital ini berdampak pada meningkatnya kualitas promosi dan potensi engagement konsumen terhadap produk BUMDes. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi AI dapat menjadi solusi inovatif dalam mendukung transformasi digital BUMDes serta meningkatkan daya saing usaha desa di era digital. Ke depan, diperlukan keberlanjutan pendampingan agar implementasi teknologi ini dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan.

Kata Kunci: BUMDes; Kecerdasan Buatan (AI); Promosi Digital

Abstract

This community service activity aims to improve the effectiveness of digital promotion for the Village-Owned Enterprise (BUMDes) in Pela Village, Kota Bangun Subdistrict, through the use of Artificial Intelligence (AI) technology. The main challenges faced by BUMDes managers include limitations in creating engaging promotional content, a lack of understanding of digital marketing strategies, and the suboptimal use of social media as a marketing tool. The activity was implemented through training, mentoring, and hands-on practice using AI-based applications, such as generating promotional text using generative AI and creating visual designs for packaging and promotional materials. The results of the activities indicate that the use of AI enhances creativity and efficiency in creating promotional content, both in text and visual formats. Additionally, training participants demonstrated improved understanding in identifying target audiences, selecting appropriate social media platforms, and developing more structured content strategies. The implementation of AI in digital marketing has led to improved promotional quality and

increased consumer engagement with BUMDes products. Thus, the use of AI technology can serve as an innovative solution to support the digital transformation of BUMDes and enhance the competitiveness of village enterprises in the digital era. Moving forward, sustained mentoring is necessary to ensure the optimal and sustainable implementation of this technology.

Keywords: BUMDes; Artificial Intelligence (AI), Digital Promotion

Copyright (c) 2026 Rahmat Hidayat, Shafira Khairunnisa

✉ Corresponding author : Rahmat Hidayat

Email Address : rahmat032005@gmail.com

Received tanggal bulan tahun, Accepted tanggal bulan tahun, Published tanggal bulan tahun

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pemasaran. Transformasi digital mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi dalam mempromosikan produk dan jasa secara lebih efektif dan efisien. Menurut (Sanur & Sartika, 2025) Salah satu teknologi yang saat ini berkembang pesat adalah Kecerdasan Buatan atau Artificial Intelligence (AI), yang mampu membantu manusia dalam mengolah data, menghasilkan konten, serta mendukung pengambilan keputusan secara cepat dan tepat. Dalam konteks pemasaran digital, AI memiliki peran penting dalam menciptakan konten promosi yang kreatif, personal, dan relevan dengan kebutuhan konsumen.

Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) sebagai salah satu pilar ekonomi desa memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, masih banyak BUMDes yang menghadapi kendala dalam mengembangkan usaha, khususnya dalam aspek pemasaran digital. Menurut (Sucipto & Lailani, 2021) Permasalahan yang umum dihadapi antara lain keterbatasan kemampuan dalam membuat konten promosi yang menarik, kurangnya pemahaman mengenai strategi digital marketing, serta belum optimalnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Hal ini juga dialami oleh BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun, yang masih membutuhkan peningkatan kapasitas dalam menghadapi era digital.

Seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, peluang untuk memasarkan produk secara lebih luas sebenarnya semakin terbuka. Setiap platform memiliki karakteristik audiens dan fitur yang berbeda, sehingga diperlukan strategi yang tepat dalam pemanfaatannya. Menurut (Marsusanti et al., 2026) pembuatan konten yang menarik, baik dalam bentuk teks maupun visual, menjadi faktor kunci dalam meningkatkan engagement dan minat konsumen. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam proses pembuatan konten agar lebih efektif dan efisien.

Pemanfaatan teknologi AI dapat menjadi solusi dalam mengatasi berbagai permasalahan tersebut. AI generatif, seperti yang digunakan dalam pembuatan teks promosi dan desain visual, memungkinkan pelaku usaha untuk menghasilkan konten secara cepat tanpa mengurangi kualitas (Setiawan et al., 2025). Selain itu, AI juga dapat membantu dalam menganalisis target audiens, menentukan strategi konten, serta mengoptimalkan distribusi promosi melalui berbagai kanal digital. Dengan demikian, penggunaan AI dapat mendukung peningkatan kualitas pemasaran digital BUMDes secara menyeluruh.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelatihan dan pendampingan pemanfaatan AI dalam promosi digital bagi pengelola BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun. Melalui kegiatan ini diharapkan para pengelola BUMDes mampu meningkatkan keterampilan dalam membuat konten promosi, memahami strategi digital marketing, serta mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran. Dengan adanya peningkatan kapasitas ini, diharapkan BUMDes

dapat lebih berkembang, meningkatkan daya saing, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian desa (Hayati et al., 2024).

Metodologi

Pengabdian kepada masyarakat ini adalah metode pelaksanaan pelatihan dan pendampingan secara langsung kepada pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) sebagai sarana promosi digital produk dan potensi desa. Pelaksanaan kegiatan dilakukan secara bertahap melalui beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan pelatihan, tahap praktik dan pendampingan, serta tahap evaluasi kegiatan. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh materi secara teoritis, tetapi juga mampu memahami penerapan teknologi digital secara langsung sesuai dengan kebutuhan promosi BUMDes (Satria et al., 2024).

Tahap pertama adalah tahap persiapan kegiatan. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi awal dan koordinasi dengan pihak Desa Pela serta pengelola BUMDes untuk mengidentifikasi kondisi dan kebutuhan mitra terkait promosi digital. Observasi dilakukan dengan melihat aktivitas promosi yang telah dilakukan oleh BUMDes, media sosial yang digunakan, serta kendala yang dihadapi dalam pemasaran produk desa. Berdasarkan hasil observasi dan diskusi bersama mitra, diketahui bahwa pengelola BUMDes masih memiliki keterbatasan dalam pembuatan konten promosi digital, penggunaan media sosial secara optimal, serta pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam mendukung kegiatan pemasaran. Selain itu, pada tahap ini tim pengabdian juga melakukan penyusunan materi pelatihan, persiapan perangkat pendukung kegiatan, serta penentuan jadwal pelaksanaan bersama pihak terkait agar kegiatan dapat berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan peserta (Nugrahaningsih et al., 2021).

Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini, peserta diberikan materi mengenai konsep dasar digital marketing dan pentingnya transformasi digital dalam pengembangan usaha desa. Materi yang diberikan meliputi pengenalan media sosial sebagai sarana promosi digital, strategi penyusunan konten pemasaran, teknik copywriting, serta pemanfaatan platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok dalam memperluas jangkauan promosi produk BUMDes. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam membantu pembuatan caption promosi, desain visual, serta penyusunan strategi konten yang lebih kreatif dan efisien. Penyampaian materi dilakukan melalui metode ceramah, diskusi interaktif, dan demonstrasi penggunaan aplikasi berbasis AI agar peserta dapat memahami materi dengan lebih mudah.

Tahap selanjutnya adalah tahap praktik dan pendampingan. Pada tahap ini, peserta diberikan kesempatan untuk langsung mempraktikkan penggunaan teknologi AI dalam kegiatan promosi digital. Peserta mencoba membuat teks promosi, caption media sosial, dan desain visual sederhana menggunakan aplikasi berbasis AI dengan pendampingan langsung dari tim pengabdian dan narasumber. Kegiatan praktik dilakukan secara bertahap agar peserta mampu memahami proses penggunaan teknologi digital secara lebih jelas dan aplikatif. Selain itu, peserta juga dibimbing dalam menentukan target audiens, memilih jenis konten yang sesuai dengan karakteristik media sosial, serta memahami pentingnya konsistensi branding dalam promosi digital. Melalui kegiatan pendampingan ini, peserta diharapkan mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh untuk mendukung kegiatan promosi BUMDes secara mandiri dan berkelanjutan.

Tahap terakhir adalah tahap evaluasi kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui tingkat pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Proses evaluasi dilakukan melalui observasi langsung terhadap kemampuan peserta dalam membuat konten promosi digital dan menggunakan teknologi AI sebagai alat pendukung pemasaran. Selain

itu, evaluasi juga dilakukan melalui diskusi dan tanya jawab untuk mengetahui tanggapan peserta terkait materi dan pelaksanaan kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai digital marketing, penggunaan media sosial, serta pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan konten promosi digital. Dengan adanya kegiatan ini, pengelola BUMDes di Desa Pela diharapkan mampu lebih siap dalam menghadapi perkembangan teknologi digital serta mengembangkan promosi usaha desa secara lebih kreatif, efektif, dan berkelanjutan.

Hasil dan Pembahasan

Tahap Persiapan Kegiatan

Pada tahap ini peserta pelatihan berkumpul di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun untuk mengikuti sesi pembukaan kegiatan Pelatihan Digital Marketing bagi Pengelola BUMDes. Dalam kegiatan ini, peserta mendengarkan sambutan dan penjelasan yang disampaikan oleh panitia dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintahan Desa (DPMPD) terkait tujuan pelatihan, materi yang akan diberikan, serta pentingnya pemanfaatan teknologi digital dan Artificial Intelligence (AI) dalam meningkatkan promosi dan pemasaran produk desa.



Gambar 1. Sesi Pembukaan kegiatan

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan kegiatan difokuskan pada pengenalan dan praktik penggunaan teknologi digital serta Artificial Intelligence (AI) dalam kegiatan promosi BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun. Peserta pelatihan melakukan observasi langsung terhadap penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk dan potensi desa. Selain itu, peserta juga diperkenalkan pada berbagai platform digital seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan promosi.

Dalam kegiatan ini, peserta mendapatkan pelatihan mengenai pembuatan konten promosi berbasis AI, mulai dari penyusunan teks promosi, pembuatan desain visual, hingga strategi penyampaian konten yang menarik dan sesuai dengan target audiens. Peserta juga mempraktikkan penggunaan aplikasi AI generatif untuk menghasilkan materi promosi secara cepat dan efisien. Seluruh proses dilakukan dengan pendampingan langsung dari narasumber dan panitia pelatihan.

Peserta memahami pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan usaha desa, khususnya dalam menciptakan promosi yang kreatif, efektif, dan mampu meningkatkan daya tarik konsumen. Selain itu, peserta juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya konsistensi branding, pemilihan media digital yang tepat, serta optimalisasi strategi pemasaran berbasis teknologi AI.



Gambar 2. Proses Pelaksanaan Kegiatan Tahap Penyampaian Materi Konsep Dasar Digital Marketing & Digital Marketing Untuk Pemula

Pada tahap ini, peserta pelatihan mendapatkan materi mengenai konsep dasar digital marketing serta pengenalan pemasaran digital untuk pemula. Materi yang disampaikan meliputi pengertian digital marketing, manfaat penggunaan media digital dalam promosi usaha, serta pentingnya transformasi digital dalam pengembangan BUMDes di era teknologi saat ini. Peserta juga diberikan pemahaman mengenai peran **Artificial Intelligence (AI)** dalam membantu pembuatan konten promosi yang lebih kreatif, efektif, dan efisien.

Melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok yang dapat dimanfaatkan sebagai sarana promosi produk dan potensi desa. Narasumber menjelaskan karakteristik masing-masing platform, target audiens, serta strategi penggunaan konten yang sesuai untuk meningkatkan engagement dan branding usaha. Materi juga mencakup teknik dasar pembuatan konten promosi, mulai dari penulisan teks promosi, penggunaan visual yang menarik, hingga penyusunan konsep konten berdasarkan kebutuhan audiens.



Gambar 3. Penyampaian Materi Ke 1&2 Tahap Penyampaian Materi Copywriting & Affiliate Marketing

Pada tahap ini, peserta pelatihan mendapatkan materi mengenai dasar-dasar copywriting dan affiliate marketing sebagai bagian dari strategi promosi digital BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun. Materi copywriting difokuskan pada teknik penyusunan kalimat promosi yang menarik, persuasif, dan mampu meningkatkan minat konsumen terhadap produk maupun potensi wisata desa. Peserta diperkenalkan pada cara membuat headline, caption media sosial, serta call-to-action (CTA) yang efektif dengan memanfaatkan teknologi Artificial Intelligence (AI) seperti ChatGPT dan platform AI generatif lainnya.

Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai affiliate marketing sebagai strategi pemasaran digital yang melibatkan kerja sama promosi melalui media sosial dan jaringan digital. Dalam sesi ini, peserta mempelajari cara memperluas jangkauan pemasaran dengan memanfaatkan content creator, influencer, maupun komunitas digital untuk meningkatkan awareness produk dan layanan BUMDes.

Kegiatan dilakukan melalui pemaparan materi dan diskusi interaktif pembuatan konten promosi digital. Peserta juga diberikan contoh penerapan strategi copywriting pada platform Instagram, Facebook, dan TikTok agar materi promosi lebih sesuai dengan

karakteristik audiens di masing-masing media sosial. Melalui tahap ini, peserta diharapkan mampu memahami pentingnya komunikasi pemasaran yang kreatif dan efektif dalam mendukung pengembangan usaha desa berbasis digital.



Gambar 4. Penyampaian Materi Ke 3&4

Praktek & Tanya Jawab

Pada tahap praktik dan tanya jawab, peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk langsung mencoba penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan konten promosi digital. Peserta mempraktikkan cara membuat teks promosi, desain visual, serta materi pemasaran sederhana menggunakan platform AI dan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Kegiatan ini dilakukan dengan pendampingan langsung dari narasumber sehingga peserta dapat memahami langkah-langkah penggunaan teknologi secara lebih mudah dan efektif.

Selain praktik, sesi tanya jawab juga dilaksanakan untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam menyampaikan pertanyaan maupun kendala yang dihadapi terkait pemasaran digital dan penggunaan AI. Diskusi berlangsung secara interaktif dengan membahas strategi pembuatan konten yang menarik, pemilihan media digital yang sesuai dengan target audiens, hingga cara meningkatkan engagement melalui promosi digital. Melalui sesi ini, peserta diharapkan mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan dan promosi BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun.

Tahap Dokumentasi

Setelah seluruh rangkaian kegiatan pelatihan selesai dilaksanakan, peserta dan panitia berkumpul kembali di lokasi kegiatan di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun untuk melakukan sesi dokumentasi dan penutupan acara. Kegiatan ini diisi dengan foto bersama antara peserta pelatihan, narasumber, serta panitia dari Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Pemerintahan Desa (DPMPD) sebagai bentuk dokumentasi dan apresiasi atas terlaksananya kegiatan pelatihan digital marketing berbasis Artificial Intelligence (AI).



Gambar 5. Kegiatan Dokumentasi Bersama

Dampak dan Refleksi Pembelajaran

Kegiatan pelatihan digital marketing berbasis Artificial Intelligence (AI) yang dilaksanakan di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun memberikan dampak positif bagi peserta, khususnya pengelola BUMDes, dalam meningkatkan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha. Melalui pelatihan ini, peserta memperoleh pengetahuan baru terkait penggunaan AI dalam pembuatan konten promosi, pengelolaan media sosial, serta strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan menarik. Selain meningkatkan keterampilan teknis, kegiatan ini juga memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam mengoperasikan platform digital dan aplikasi berbasis AI untuk mendukung promosi produk desa. Peserta menjadi lebih memahami pentingnya kreativitas, konsistensi branding, dan pemilihan media sosial yang sesuai dengan target audiens dalam meningkatkan engagement konsumen.

Dari sisi refleksi pembelajaran, kegiatan ini menunjukkan bahwa penerapan teknologi AI dapat menjadi solusi inovatif dalam mendukung transformasi digital pada BUMDes. Peserta menyadari bahwa teknologi tidak hanya mempermudah proses pembuatan konten promosi, tetapi juga membantu meningkatkan efisiensi waktu dan kualitas pemasaran. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan pengelola BUMDes mampu menerapkan ilmu yang diperoleh secara berkelanjutan untuk mengembangkan usaha desa serta meningkatkan daya saing produk lokal di era digital.

Simpulan

Kegiatan pelatihan digital marketing berbasis Artificial Intelligence (AI) bagi pengelola BUMDes di Desa Pela, Kecamatan Kota Bangun memberikan pengalaman pembelajaran yang aplikatif dan bermanfaat dalam mendukung pengembangan promosi usaha desa di era digital. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital, penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta pemanfaatan teknologi AI dalam pembuatan konten promosi yang kreatif, efektif, dan efisien. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat teks promosi dan desain visual berbasis AI, tetapi juga memberikan wawasan tentang strategi pemasaran digital, penentuan target audiens, serta optimalisasi penggunaan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Dengan adanya praktik langsung dan pendampingan selama kegiatan, peserta mampu memahami penerapan teknologi digital secara lebih nyata dan relevan dengan kebutuhan promosi BUMDes.

Selain meningkatkan kompetensi pengelola BUMDes, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara pemerintah daerah, narasumber, dan masyarakat desa dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis teknologi digital. Pemanfaatan AI dalam promosi digital diharapkan dapat membantu BUMDes meningkatkan daya saing usaha, memperluas jangkauan pemasaran, serta meningkatkan kualitas branding produk desa. Dengan demikian, kegiatan pelatihan ini dapat dijadikan sebagai model pengembangan kapasitas masyarakat desa dalam menghadapi era transformasi digital. Keberlanjutan program serupa sangat dianjurkan agar pemanfaatan teknologi AI dan digital marketing dapat terus berkembang serta memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi kemajuan BUMDes dan perekonomian Desa Pela.

Daftar Pustaka

- Hayati, N., Hadian, N., & Fanani, M. R. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Desa Bugangan Melalui Pemanfaatan Teknologi AI dalam Pemasaran Digital. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 4(2), 77-84. <https://doi.org/10.59395/abdifomatika.v4i2.241>
- Marsusanti, E., Nugraha, R., Wibowo, A., & Syabaniah, R. N. (2026). Pelatihan Pembuatan

18 Video Konten Berbantuan Ai Untuk Edukasi Dan Promosi. *Jurnal Abdimas Teknologi Informatika & Komputer (JATIK)*, 3(November 2025), 1-7.

4 Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Kewirausahaan Dan Pemasaran Digital Pada Bumdes Blulukan Gemilang. *Kumawula : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8-14.

45 Sanur, D., & Sartika, I. (2025). *Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam Pengembangan Desa Digital*. 16(2), 159-176. <https://doi.org/10.22212/jp.v16i2.5240>

1 Satria, D., Amalia, Y., Syafa, N., Aisyah, T., Azka, M., & Olivia, L. (2024). Pendampingan Digital Marketing Dan Pengelolaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Di Desa Penggaron. *Media Pengabdian ...*, 3(1), 168-177.

12 Setiawan, R., Assegaf, S., & Winanto, E. A. (2025). Pelatihan Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) dalam Pembuatan Media Promosi Kesehatan untuk Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Dosen Indonesia*, 2(1), 12-19. <https://doi.org/10.62205/277mt931>

47 6 Sucipto, H., & Lailani, L. (2021). Memajukan Produk BUMDes Di Era Pemasaran Digital BUMDes Loh Jinawi. *SNEB : Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.26533/sneb.v1i1.791>