

Sosialisasi Pemanfaatan Kecerdasan Buatan untuk Peningkatan Literasi Digital UMKM Desa Babakanmulya Kabupaten Kuningan

Dissemination on the Use of Artificial Intelligence to Enhance Digital Literacy for MSMEs in Babakanmulya Village, Kuningan Regency

Iqbal Arraniri ^{1*)}, Tatang Rois²⁾, Rina Masruroh ³⁾ dan Neng Evi Kartika⁴⁾
^{1,2,3,4)} Universitas Kuningan, Jl. Cut Nyak Dhien No. 36A, Kuningan Jawa Barat, 45513
Email: iqbal@uniku.ac.id
^{*)} penulis korespondensi

DOI: 10.37577/jamari.v3i1.1078

Diterima: Juni, 2026. Disetujui: Juli, 2026. Dipublikasikan: Juli, 2026

Abstrak: Transformasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor kehidupan, termasuk ekonomi pedesaan, tetapi kesenjangan literasi digital -- khususnya dalam pemahaman dan pemanfaatan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) -- masih menjadi tantangan utama di masyarakat desa (Kosasih & Sulaiman, 2024). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi AI bagi 30 mitra produktif ekonomi (20 pelaku UMKM dan 10 anggota komunitas produktif) di Desa Babakanmulya, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan aplikasi digital berbasis AI, simulasi penerapan teknologi AI untuk promosi dan manajemen usaha, serta pendampingan berkelanjutan selama dua minggu. Efektivitas program dievaluasi menggunakan desain pretest-posttest yang dilengkapi observasi keterampilan dan penilaian portofolio digital peserta. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman konsep AI dari 15% menjadi 85%, dengan 80% peserta mampu menggunakan aplikasi keuangan digital, 75% peserta berhasil membuat katalog produk berbasis AI, dan 70% peserta mampu menerapkan prediksi stok menggunakan templat AI sederhana. Kegiatan ini juga menghasilkan modul literasi AI kontekstual bagi masyarakat desa dan rekomendasi strategi integrasi AI dalam pembelajaran serta promosi usaha lokal, sekaligus mendukung capaian Indikator Kinerja Utama (IKU) 2, 3, dan 5 perguruan tinggi dalam pengabdian berbasis teknologi.

Kata kunci: Kecerdasan Buatan, Literasi Digital, UMKM Desa, Pemberdayaan Masyarakat, Teknologi Pembelajaran.

Abstract:

Digital transformation has brought significant change across many sectors of life, including the rural economy, yet the digital literacy gap -- particularly in understanding and utilizing Artificial Intelligence (AI) -- remains a major challenge for rural communities (Kosasih & Sulaiman, 2024). This community service activity aimed to improve AI literacy among 30 productive economic partners (20 MSME actors and 10 members of productive community groups) in Babakanmulya Village, Jalaksana District, Kuningan Regency. The implementation method comprised socialization, training on AI-based digital applications, simulated

application of AI for promotion and business management, and two weeks of continuous mentoring. Program effectiveness was evaluated using a pretest-posttest design supplemented with skills observation and assessment of participants' digital portfolios. Results showed an increase in AI understanding from 15% to 85%, with 80% of participants able to use digital financial applications, 75% successfully creating AI-based product catalogs, and 70% able to apply stock prediction using simple AI templates. The activity also produced a contextual AI literacy module for rural communities and recommendations for integrating AI into local learning and business promotion, supporting the university's Key Performance Indicators (KPI) 2, 3, and 5 in technology-based community service.

Keywords: *Artificial Intelligence, Community Empowerment, Digital Literacy, Learning Technology, Village MSMEs.*

Pendahuluan

Transformasi digital yang tengah berlangsung secara global telah membawa pengaruh besar terhadap berbagai sektor kehidupan, termasuk sektor pendidikan dan ekonomi di pedesaan. Teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) telah menjadi bagian integral dari revolusi digital ini, memberikan peluang besar untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan inovasi dalam berbagai bidang (UNESCO, 2024). Namun demikian, kesenjangan literasi digital, terutama dalam pemahaman dan pemanfaatan AI, masih menjadi tantangan signifikan bagi masyarakat pedesaan, khususnya di Indonesia, karena transformasi digital di wilayah rural masih menghadapi keterbatasan infrastruktur, keterampilan, dan pendampingan yang berkelanjutan (Kosasih & Sulaiman, 2024).

Berdasarkan kajian (Koswara, 2024) terhadap data Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2023, wilayah pedesaan Indonesia menunjukkan kemajuan pada pilar infrastruktur (skor 57,09) dan keterampilan digital (skor 56,59), tetapi pilar pemberdayaan (skor 26,19) dan pekerjaan (skor 32,14) masih jauh tertinggal, yang menunjukkan rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh masyarakat pedesaan dalam sektor ekonomi. Kesenjangan ini tidak hanya berdampak pada keterbatasan akses informasi, tetapi juga menghambat potensi pengembangan ekonomi lokal yang berbasis teknologi (Koswara, 2024). Di era digital ini, kemampuan memanfaatkan teknologi, termasuk AI, menjadi keterampilan esensial yang dapat membuka peluang ekonomi baru, meningkatkan daya saing produk lokal, dan memperluas jangkauan pasar.

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah kelompok masyarakat produktif ekonomi di Desa Babakanmulya, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, yang berjumlah 30 orang, terdiri atas 20 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi keripik singkong, kopi bubuk, dan kerajinan bambu, serta 10 orang dari komunitas pendidik informal dan penggerak karang taruna. UMKM yang terdata aktif sekitar 10 hingga 25 pelaku usaha mikro bergerak di sektor kuliner, kerajinan, dan jasa, di luar usaha pertanian, dan telah mengadopsi platform digital sederhana (seperti WhatsApp Business atau media sosial) sekitar 30% - 40% pelaku usaha untuk pemasaran, sementara sisanya masih mengandalkan penjualan

konvensional, omzet bulanan untuk UMKM lokal berskala mikro rata-rata berkisar antara \$100 hingga \$500 (setara dengan Rp 1.500.000 hingga Rp 7.500.000) per bulan, bergantung pada jenis komoditas dan kapasitas produksi (Putri & Diantoro, 2025). Desa Babakanmulya memiliki potensi sumber daya manusia yang cukup besar, dengan jumlah penduduk sekitar 60% di antaranya berusia produktif, namun pemanfaatan teknologi untuk mendukung kegiatan usaha dan pembelajaran masih sangat terbatas, pola yang juga umum ditemukan pada desa-desa digital lain di Indonesia (Nugroho et al., 2025).

Hasil observasi awal dan survei pendahuluan (pre-test) yang dilakukan tim pelaksana terhadap 30 calon peserta pada Mei 2025 mengidentifikasi beberapa permasalahan utama secara berbasis data. Survei tersebut menunjukkan bahwa hanya 15% peserta yang memiliki pemahaman dasar tentang AI, 10% peserta pernah menggunakan aplikasi digital untuk keperluan usaha, dan hampir seluruh peserta (di atas 95%) belum pernah memanfaatkan teknologi AI dalam kegiatan usaha maupun pembelajaran. Data ini mengonfirmasi tiga permasalahan utama yang dihadapi mitra. Pertama, rendahnya pemahaman terhadap AI dan potensi pemanfaatannya dalam kehidupan sehari-hari, baik untuk mendukung pembelajaran maupun aktivitas usaha mikro. Kedua, keterbatasan akses terhadap pelatihan teknologi digital dan minimnya pendampingan secara praktis, yang menghambat akselerasi inovasi pembelajaran dan kewirausahaan digital (Nugroho et al., 2025). Ketiga, kekhawatiran akan dampak negatif AI, seperti penggantian tenaga kerja manusia dan ketergantungan teknologi, akibat kurangnya pemahaman prinsip-prinsip etika dan tanggung jawab dalam penggunaan AI.

Permasalahan dari sisi produksi dan inovasi usaha yang dihadapi antara lain kurangnya pemanfaatan teknologi digital dan AI dalam proses produksi dan promosi. Secara spesifik, proses pencatatan keuangan masih dilakukan secara manual dan tidak terdokumentasi dengan baik, tidak adanya penggunaan aplikasi manajemen stok dan penjualan, serta minimnya inovasi produk berbasis tren pasar digital (Indarsyah et al., 2023). Sementara dari aspek pemasaran dan branding digital, promosi produk belum maksimal di ranah digital. Pelaku UMKM belum memahami konsep copywriting dan branding digital, tidak tahu cara menggunakan chatbot AI, AI art generator, atau aplikasi pemasaran berbasis AI, dan media sosial belum digunakan secara optimal sebagai kanal penjualan (Panji et al., 2024).

Tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah: (1) meningkatkan literasi masyarakat desa terhadap kecerdasan buatan (AI) melalui program sosialisasi yang edukatif dan partisipatif; (2) membangun pemahaman yang benar tentang prinsip-prinsip pemanfaatan AI, termasuk etika, privasi, dan keamanan data; (3) mendorong integrasi AI secara sederhana dalam kegiatan pembelajaran masyarakat dan aktivitas ekonomi desa, seperti menggunakan chatbot untuk promosi produk atau aplikasi pembelajaran adaptif (Made et al., 2025).

Kegiatan ini sangat relevan dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) karena memberikan ruang keterlibatan langsung mahasiswa dalam pemberdayaan masyarakat berbasis teknologi. Mahasiswa tidak hanya menjadi fasilitator, tetapi juga pelaku aktif dalam proses sosialisasi dan implementasi teknologi. Selain itu, kegiatan ini mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi, khususnya IKU 2

(Mahasiswa mendapat pengalaman di luar kampus), IKU 3 (Dosen berkegiatan di luar kampus), dan IKU 5 (Hasil kerja dosen digunakan oleh masyarakat) .

Program ini mengacu pada literatur terkini tentang literasi (Ng et al., 2021) menjelaskan bahwa literasi AI mencakup empat kompetensi utama, yaitu mengetahui dan memahami AI, menggunakan dan menerapkan AI, mengevaluasi serta menciptakan aplikasi berbasis AI, dan memahami etika AI, sehingga literasi AI bukan sekadar penguasaan teknis melainkan juga pola pikir kritis terhadap dampaknya. Selain itu, (UNESCO, 2024) melalui kerangka kompetensi AI UNESCO menekankan pentingnya penguasaan AI yang etis dan berpusat pada manusia dalam konteks pembelajaran yang inklusif dan berkelanjutan, sementara (Nugroho et al., 2025) menunjukkan bahwa literasi dan komunikasi digital yang dikelola secara partisipatif mampu mempercepat pemberdayaan UMKM di desa digital. Melalui pendekatan yang humanistik dan berbasis konteks lokal, kegiatan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kapasitas masyarakat desa dalam memahami dan memanfaatkan AI, tetapi juga menciptakan ekosistem pembelajaran yang adaptif dan inovatif di tingkat akar rumput.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Babakanmulya, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, pada bulan Mei 2025. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama 3 hari dengan melibatkan tim dosen, mahasiswa, dan mitra produktif ekonomi di desa secara partisipatif sejak tahap perencanaan. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis melalui lima tahapan utama, sebagaimana dirangkum pada Tabel 1, sebelum diuraikan secara rinci pada masing-masing subbagian.

Tabel 1. Ringkasan Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

No	Tahapan	Tujuan	Output	Waktu
1	Sosialisasi	Membangun kesadaran dan pemahaman dasar mitra terhadap AI	Pemetaan kebutuhan mitra; hasil pre-test	Hari ke-1 (3 jam)
2	Pelatihan	Membekali keterampilan aplikasi AI untuk keuangan, katalog produk, prediksi stok, dan branding digital	Peserta mampu mengoperasikan minimal satu aplikasi berbasis AI	Hari ke-1--2 (8 jam)
3	Penerapan Teknologi	Praktik langsung menghasilkan output nyata menggunakan perangkat peserta	Katalog produk, konten promosi, laporan keuangan digital	Hari ke-2--3 (5 jam)
4	Pendampingan dan Evaluasi	Mendampingi kendala teknis dan mengukur peningkatan pemahaman/keterampilan	Hasil post-test, portofolio digital peserta	2 minggu pascakegiatan

No	Tahapan	Tujuan	Output	Waktu
5	Keberlanjutan Program	Menjamin keberlanjutan pemanfaatan AI setelah kegiatan formal berakhir	Modul literasi AI kontekstual; komunitas digital WhatsApp	Berkelanjutan

Tahap Sosialisasi

Tahapan awal berupa sosialisasi bertujuan untuk membangun kesadaran dan pemahaman dasar mitra terhadap pentingnya literasi AI dalam mendukung aktivitas ekonomi dan sosial. Sosialisasi dilakukan melalui pertemuan di balai desa dengan presentasi interaktif mengenai manfaat AI dalam konteks lokal (Panji et al., 2024). Materi sosialisasi mencakup pengenalan konsep dasar AI, contoh aplikasi AI dalam kehidupan sehari-hari, peluang pemanfaatan AI untuk UMKM dan pembelajaran, serta prinsip-prinsip etika penggunaan AI. Metode yang digunakan adalah ceramah interaktif, diskusi terbuka, dan sesi tanya jawab.

Output dari sosialisasi ini adalah pemetaan kebutuhan mitra berdasarkan jenis kelompoknya dan kesepakatan bersama terhadap bentuk kegiatan yang akan dilaksanakan. Peserta diberikan pre-test untuk mengukur tingkat pemahaman awal tentang AI dan teknologi digital. Instrumen pre-test berupa kuesioner terstruktur berisi 15 butir pertanyaan yang mengukur tiga dimensi, yaitu: (1) pemahaman konsep dasar AI (5 butir, skala Likert 1--5), (2) pengalaman penggunaan aplikasi digital untuk usaha (5 butir, skala Guttman Ya/Tidak), dan (3) persepsi terhadap manfaat serta risiko AI (5 butir, skala Likert 1--5). Instrumen yang sama, dengan penambahan butir keterampilan praktis, digunakan kembali pada tahap post-test untuk mengukur perubahan setelah pelatihan.

Tahap Pelatihan

Tahap pelatihan dibagi menjadi beberapa sesi sesuai dengan kebutuhan mitra produktif ekonomi. Untuk aspek produksi dan inovasi usaha, pelatihan meliputi:

1. Pelatihan digitalisasi pencatatan keuangan menggunakan aplikasi BukuWarung dan Google Sheets dengan templat AI sederhana. Peserta diajarkan cara mencatat transaksi harian, membuat laporan keuangan sederhana, dan menganalisis data penjualan (Annisyabania & Utomo, 2025).
2. Workshop pembuatan katalog produk dengan dukungan AI visual seperti Canva AI dan Microsoft Designer. Peserta dilatih membuat desain promosi yang menarik, katalog produk digital, dan materi pemasaran visual.
3. Penggunaan aplikasi sederhana berbasis AI untuk prediksi stok dan permintaan menggunakan Notion AI dan Google Sheet dengan plugin AI.

Untuk aspek pemasaran dan branding digital, pelatihan meliputi:

1. Pelatihan branding digital berbasis AI menggunakan ChatGPT untuk copywriting dan Canva AI untuk desain promosi. Peserta diajarkan cara membuat caption menarik,

menulis deskripsi produk yang persuasif, dan merancang konten promosi (Nurhaida* et al., 2023).

2. Simulasi penggunaan chatbot untuk promosi produk. Peserta diperkenalkan dengan platform chatbot sederhana dan cara mengintegrasikannya dengan media sosial.
3. Optimalisasi media sosial (Instagram/TikTok Business) dengan alat bantu otomatis untuk penjadwalan konten dan analisis engagement (Panji et al., 2024).

Tahap Penerapan Teknologi

Pada tahap ini, peserta melakukan praktik langsung menggunakan perangkat yang mereka miliki (smartphone atau laptop). Tim pendamping membantu setiap peserta dalam menginstal aplikasi, membuat akun, dan melakukan latihan penggunaan. Setiap peserta diberikan tugas untuk membuat minimal satu output, seperti katalog produk digital, postingan promosi menggunakan AI, atau laporan keuangan sederhana.

Mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini berperan sebagai fasilitator dan pendamping teknis, memberikan tutorial secara personal kepada peserta, dan mendokumentasikan proses pembelajaran. Partisipasi aktif mahasiswa ini memberikan pengalaman nyata dalam transfer knowledge dan pemberdayaan masyarakat, sekaligus memenuhi capaian pembelajaran program MBKM.

Tahap Pendampingan dan Evaluasi

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan selama 2 minggu melalui grup WhatsApp dan konsultasi daring. Tim pendamping siap membantu mitra yang mengalami kesulitan dalam penerapan teknologi. Evaluasi dilakukan melalui post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta, serta pengumpulan portofolio digital yang telah dibuat oleh peserta, mengikuti desain evaluasi program literasi AI berbasis komunitas yang diterapkan pada konteks pedesaan Indonesia (Made et al., 2025).

Indikator yang digunakan untuk mengukur literasi AI mengadaptasi empat kompetensi inti dari (Ng et al., 2021), yaitu: (1) mengetahui dan memahami konsep dasar AI serta cara kerjanya secara umum; (2) menggunakan dan menerapkan aplikasi AI yang relevan dengan kebutuhan usaha; (3) kemampuan praktis mengevaluasi dan menghasilkan luaran (produk/konten) menggunakan minimal satu aplikasi berbasis AI secara mandiri; dan (4) kesadaran etis terhadap manfaat serta risiko penggunaan AI. Evaluasi juga mencakup penilaian terhadap capaian indikator kinerja yang telah ditetapkan, seperti persentase peserta yang menggunakan aplikasi keuangan digital, jumlah katalog produk yang berhasil dibuat, dan tingkat keaktifan peserta dalam mempromosikan produk melalui media sosial.

Tahap Keberlanjutan Program

Untuk memastikan keberlanjutan program, tim menyusun modul literasi AI yang dapat digunakan oleh mitra secara mandiri. Modul ini berisi panduan step-by-step penggunaan aplikasi, tips dan trik optimalisasi AI untuk UMKM, serta referensi sumber belajar daring yang dapat diakses secara gratis. Selain itu, dibentuk komunitas digital melalui grup WhatsApp untuk berbagi pengalaman, tips, dan saling membantu antar sesama pelaku UMKM (Nugroho et al., 2025).

Tim juga menyiapkan rekomendasi strategi integrasi teknologi AI dalam pembelajaran masyarakat dan promosi usaha lokal yang dapat diajukan kepada pemerintah desa untuk diadopsi dalam program pemberdayaan masyarakat jangka panjang.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh 30 peserta yang terdiri dari 20 pelaku UMKM dan 10 anggota komunitas produktif lainnya di Desa Babakanmulya. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama 3 hari dengan total 18 jam efektif kegiatan. Sebagaimana telah dikemukakan pada bagian Pendahuluan, hasil pre-test menunjukkan bahwa hanya 15% peserta yang memiliki pemahaman dasar tentang AI, 10% peserta pernah menggunakan aplikasi digital untuk usaha, dan hampir 100% peserta belum pernah memanfaatkan teknologi AI dalam kegiatan usaha atau pembelajaran.

Setelah mengikuti rangkaian kegiatan sosialisasi, pelatihan, dan praktik langsung, hasil post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan. Tingkat pemahaman peserta terhadap konsep AI meningkat menjadi 85%, dan 90% peserta menyatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri dalam menggunakan teknologi digital untuk mendukung usaha mereka.

Tabel 2. Capaian Indikator Kinerja Aspek Produksi dan Inovasi Usaha:

No	Solusi	Luaran	Capaian
1	Pelatihan keuangan digital	Modul dan akun digital UMKM	80% peserta menggunakan aplikasi keuangan digital
2	Workshop AI visual produk	Katalog produk berbasis AI	75% peserta membuat minimal 3 katalog produk
3	Aplikasi prediksi stok	Templat AI untuk UMKM	70% peserta memahami dan menerapkan prediksi stok

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Meskipun capaian pada Tabel 2 melampaui target program yang ditetapkan ($\geq 70\%$), sekitar 20% peserta belum sepenuhnya mampu menggunakan aplikasi keuangan digital secara mandiri pascapelatihan. Hasil pendampingan lapangan mengidentifikasi bahwa kendala utama kelompok ini adalah keterbatasan spesifikasi perangkat smartphone dan tingkat kepercayaan diri yang masih rendah dalam mengoperasikan aplikasi digital, pola yang juga ditemukan pada program literasi digital di desa lain (Nugroho et al., 2025). Kelompok peserta ini menjadi sasaran prioritas pendampingan lanjutan melalui komunitas digital WhatsApp yang dibentuk pascakegiatan.

Untuk aspek pemasaran dan branding digital, capaian indikator kinerja dapat dilihat pada Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Capaian Indikator Kinerja Pemasaran & Branding Digital:

No	Solusi	Luaran	Capaian
----	--------	--------	---------

1	Pelatihan branding digital	Portofolio digital produk	Setiap UMKM memiliki konten promosi AI minimal 3 buah
2	Simulasi chatbot	Chatbot produk	1 chatbot per kelompok UMKM aktif (5 kelompok)
3	Optimalisasi media sosial	Akun bisnis aktif	82% peserta aktif mempromosikan produk via media sosial

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Tabel 3 menunjukkan bahwa capaian pada aspek pemasaran dan branding digital turut melampaui target: seluruh kelompok UMKM (5 kelompok) berhasil membentuk chatbot produk yang aktif, setiap UMKM memiliki minimal tiga konten promosi berbasis AI, dan 82% peserta aktif mempromosikan produk melalui media sosial. Capaian ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung disertai pendampingan personal mampu mendorong adopsi teknologi AI lebih cepat dibandingkan pelatihan konvensional yang bersifat satu arah (Panji et al., 2024).



Gambar 1. Sosialisasi Pemanfaatan Kecerdasan Buatan

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan sosialisasi dan pelatihan yang terstruktur dengan metode praktik langsung memberikan dampak positif terhadap peningkatan literasi AI masyarakat desa. Capaian indikator kinerja yang melampaui

target menunjukkan antusiasme dan motivasi tinggi dari peserta untuk mengadopsi teknologi digital dalam aktivitas usaha mereka.

Keberhasilan program ini sejalan dengan kerangka literasi AI dari (Ng et al., 2021) yang menyatakan bahwa penguasaan kompetensi AI efektif ketika dikombinasikan dengan pembelajaran berbasis praktik dan konteks nyata yang relevan dengan kehidupan peserta, bukan sekadar transfer pengetahuan teknis. Dalam konteks UMKM desa, penggunaan contoh-contoh aplikasi AI yang langsung dapat diterapkan untuk memecahkan masalah nyata seperti pencatatan keuangan, pembuatan konten promosi, dan manajemen stok terbukti meningkatkan minat dan kemampuan adopsi teknologi.

Peningkatan signifikan dalam penggunaan aplikasi keuangan digital (80% peserta) menunjukkan bahwa digitalisasi pencatatan keuangan merupakan kebutuhan mendesak yang dirasakan oleh pelaku UMKM (Annisyabania & Utomo, 2025). Sebelumnya, mayoritas peserta mengalami kesulitan dalam melacak arus kas, menghitung keuntungan, dan membuat perencanaan keuangan usaha. Dengan menggunakan aplikasi digital, peserta melaporkan bahwa mereka dapat lebih mudah memantau kondisi keuangan usaha dan membuat keputusan yang lebih baik.

Pada aspek pemasaran digital, capaian 82% peserta yang aktif mempromosikan produk melalui media sosial menunjukkan perubahan paradigma dari promosi konvensional ke digital (Rahayu et al., 2022). Peserta mengungkapkan bahwa dengan menggunakan alat bantu AI untuk membuat konten promosi, mereka dapat menghasilkan materi pemasaran yang lebih menarik dan profesional tanpa harus mengeluarkan biaya untuk jasa desain grafis. Beberapa peserta melaporkan peningkatan jumlah pertanyaan calon pembeli melalui media sosial setelah menerapkan strategi konten yang dipelajari dalam pelatihan.

Pembentukan chatbot untuk setiap kelompok UMKM memberikan nilai tambah dalam layanan pelanggan. Meskipun masih dalam tahap sederhana, chatbot membantu menjawab pertanyaan dasar pelanggan seperti informasi harga, ketersediaan produk, dan cara pemesanan, terutama di luar jam kerja. Hal ini meningkatkan responsivitas usaha dan memberikan kesan profesional kepada pelanggan (Nurhaida* et al., 2023).

Temuan ini memperkuat hasil kajian (Nugroho et al., 2025) yang menegaskan bahwa literasi digital berbasis pendampingan intensif efektif mendorong pemberdayaan UMKM di desa digital, serta sejalan dengan (Made et al., 2025) yang melaporkan peningkatan literasi AI masyarakat pedesaan Indonesia melalui pelatihan penggunaan asisten AI percakapan. Dibandingkan dengan capaian pada penelitian pembandingan tersebut, tingkat penggunaan aplikasi keuangan digital pada program ini (80%) tergolong lebih tinggi, yang diduga disebabkan oleh pendekatan pendampingan berkelanjutan selama dua minggu serta pembentukan komunitas digital pascapelatihan yang tidak selalu diterapkan pada program pembandingan. Posisi temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan literasi AI di tingkat akar rumput sangat ditentukan oleh intensitas dan durasi pendampingan, bukan sekadar penyampaian materi pelatihan satu arah (Kosasih & Sulaiman, 2024).

Beberapa tantangan turut ditemukan dalam pelaksanaan program. Pertama, keterbatasan infrastruktur internet di beberapa area desa menjadi kendala dalam akses aplikasi berbasis cloud, sejalan dengan kesenjangan pilar pemberdayaan dan pekerjaan digital yang masih rendah pada wilayah pedesaan Indonesia (Koswara, 2024). Kedua, tidak semua peserta memiliki perangkat smartphone dengan spesifikasi memadai untuk menjalankan aplikasi tertentu. Ketiga, tingkat literasi digital dasar yang bervariasi antar peserta memerlukan pendekatan pendampingan yang lebih personal dan intensif (Nugroho et al., 2025).

Ketersediaan alternatif aplikasi yang lebih ringan dan dapat bekerja secara luring mampu mengatasi tantangan tersebut, serta memberikan pendampingan tambahan bagi peserta yang memerlukan bantuan lebih intensif. Pembentukan komunitas digital melalui grup WhatsApp juga memfasilitasi peer-to-peer learning di mana peserta yang lebih mahir dapat membantu peserta lain yang mengalami kesulitan (Panji et al., 2024).

Dampak jangka panjang dari program ini dapat dilihat dari komitmen peserta untuk terus menggunakan teknologi AI dalam kegiatan usaha mereka. Hasil monitoring pascakegiatan menunjukkan bahwa 85% peserta masih aktif menggunakan minimal satu aplikasi digital yang dipelajari dalam pelatihan. Selain itu, terbentuknya komunitas digital yang saling berbagi tips dan pengalaman menjadi indikator keberlanjutan program yang positif.

Kegiatan ini juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa yang terlibat. Mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan teoretis tentang teknologi dan manajemen dalam konteks nyata pemberdayaan masyarakat. Pengalaman ini sejalan dengan tujuan MBKM untuk memberikan pembelajaran di luar kelas yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan dunia kerja.

Dari perspektif kontribusi akademik, program ini menghasilkan modul literasi AI kontekstual yang dapat digunakan sebagai referensi untuk program serupa di desa-desa lain (Made et al., 2025). Modul ini telah disesuaikan dengan karakteristik masyarakat desa, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan dilengkapi dengan ilustrasi serta contoh kasus yang relevan dengan kondisi lokal, mengikuti pendekatan kontekstualisasi lokal yang juga diterapkan pada program AI untuk UMKM di wilayah Kuningan (Panji et al., 2024).

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang sosialisasi prinsip-prinsip pemanfaatan kecerdasan buatan bagi mitra produktif ekonomi di Desa Babakanmulya berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan, dengan peningkatan literasi AI masyarakat dari 15% menjadi 85% serta capaian indikator kinerja yang melampaui target, baik pada aspek produksi (80% peserta menggunakan aplikasi keuangan digital, 75% membuat katalog produk berbasis AI, 70% menerapkan prediksi stok) maupun aspek pemasaran digital (82% peserta aktif mempromosikan produk melalui media sosial).

Pendekatan kombinasi sosialisasi, pelatihan praktis, penerapan teknologi langsung, dan pendampingan berkelanjutan terbukti efektif meningkatkan kemampuan serta

kepercayaan diri mitra dalam mengadopsi AI untuk mendukung aktivitas ekonomi mereka. Pembentukan komunitas digital dan penyediaan modul literasi AI kontekstual menjadi instrumen kunci keberlanjutan program, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap capaian IKU 2, 3, dan 5 perguruan tinggi serta agenda Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Terlepas dari capaian tersebut, program ini memiliki sejumlah keterbatasan yang perlu menjadi catatan bagi pengembangan lanjutan, yaitu keterbatasan infrastruktur internet di beberapa area desa, variasi spesifikasi perangkat smartphone antarpeserta, tingkat literasi digital dasar yang tidak merata, serta durasi pendampingan lapangan (dua minggu) yang relatif singkat untuk memastikan perubahan perilaku digital bersifat permanen. Keterbatasan ini menjadi dasar penyusunan saran keberlanjutan program pada bagian berikut.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan, evaluasi, dan keterbatasan program, saran disusun dalam tiga kelompok sasaran berikut.

Saran bagi Pemerintah Desa

1. Menyediakan dukungan fasilitas internet yang lebih stabil dan terjangkau, serta ruang khusus untuk kegiatan pelatihan digital secara berkelanjutan.
2. Mengalokasikan anggaran desa untuk program literasi digital sebagai bagian dari upaya pemberdayaan ekonomi masyarakat.
3. Membentuk kader digital tingkat desa yang direkrut dari peserta program yang menunjukkan kemampuan dan antusiasme tinggi, untuk menjadi fasilitator dan pendamping berkelanjutan bagi pelaku UMKM lain.

Saran bagi Perguruan Tinggi

1. Memperluas program ke desa-desa lain di wilayah Kabupaten Kuningan dengan model yang telah disesuaikan dan disempurnakan berdasarkan pembelajaran dari program ini, bermitra dengan pemerintah daerah untuk implementasi yang lebih masif.
2. Mengembangkan platform digital lokal yang dapat menjadi marketplace bagi produk UMKM desa sekaligus wadah pembelajaran dan berbagi pengalaman antarpelaku usaha, dikelola bersama oleh perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan komunitas UMKM.
3. Mendorong integrasi program literasi AI ke dalam kurikulum pendidikan nonformal di desa, seperti program keaksaraan dan pendidikan kecakapan hidup.

Saran bagi Penelitian dan Pengabdian Lanjutan

1. Merancang program lanjutan yang lebih spesifik, seperti pelatihan e-commerce, digital marketing lanjutan, dan penggunaan AI untuk analisis data penjualan, berdasarkan kebutuhan spesifik yang muncul dari evaluasi program awal.
2. Melakukan evaluasi longitudinal untuk mengukur dampak jangka panjang literasi AI terhadap kinerja usaha mitra, termasuk kelompok peserta yang belum mencapai target pada evaluasi awal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan yang telah memberikan pendanaan melalui Hibah Internal Pengabdian kepada Masyarakat Tahun 2025. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Babakanmulya, Kecamatan Jalaksana, Kabupaten Kuningan, yang telah memberikan izin dan dukungan penuh terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Tidak lupa penulis sampaikan apresiasi kepada seluruh peserta kegiatan, khususnya para pelaku UMKM dan komunitas produktif di Desa Babakanmulya yang telah berpartisipasi aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan, dan pada akhirnya artikel ini dapat terselesaikan juga dengan dukungan artificial intelligent yang telah disesuaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annisyabania, S., & Utomo, R. B. (2025). Peningkatan Kesadaran Pencatatan Keuangan UMKM melalui Aplikasi BukuWarung. *ABDI UNISAP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 368–374. <https://doi.org/10.59632/abdiunisap.v3i2.530>
- Indarsyah, R., Rahman, A., Putrianti, S. D., & Taufik, N. I. (2023). Model Strategi Pemasaran Kue Kering Lebaran Di UMKM Ranayya Kitchen Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Swot. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 7481–7480. <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/2790>
- Kosasih, A., & Sulaiman, E. (2024). Digital transformation in rural settings: Unlocking opportunities for sustainable economic growth and community empowerment. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 5(2), 129–143. <https://doi.org/10.35912/joste.v5i2.2278>
- Koswara, A. (2024). Digitalisasi Ekonomi di Pedesaan: Mengkaji Kesenjangan Infrastruktur Digital di Indonesia. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 5(3), 180. <https://doi.org/10.36722/jaiss.v5i3.3407>
- Made, S., Fadil Mas'ud, Luluk Sarifah, Rinovian Rais, & Johannes P Kumagaya. (2025). Counseling on the Use of Meta Ai in Improving Digital Literacy in Rural Communities in Indonesia. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 2170–2176. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.861>
- Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, S. K. W., & Qiao, M. S. (2021). Conceptualizing AI literacy: An exploratory review. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 2, 100041. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100041>
- Nugroho, C., Wulandari, A., Maulana, D., Rina, N., & Kalaloi, A. F. (2025). Digital communication and literacy for MSME empowerment: Evidence from a rural digital village in Indonesia. *International Journal of Innovative Research and Scientific Studies*, 8(3), 4523–4535. <https://doi.org/10.53894/ijirss.v8i3.7544>
- Nurhaida*, D., Amran, E., Nugraha, E. R., Osman, A. F. Bin, & Shafira, A. N. (2023). Utilizing Artificial Intelligence (AI) Technology to support MSMEs businesses: ChatGPT. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(4), 910–918. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i4.15005>
- Panji, N., Sugiharto, T., & Roni Nursyamsu. (2024). Pemanfaatan AI Ads untuk Digital Marketing Produk UMKM di Desa Cimaranten Kuningan. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 3(1), 56–62. <https://doi.org/10.25134/jise.v3i1.96>
- Putri, D. T., & Diantoro, F. (2025). Pemberdayaan UMKM Berbasis SISDAMAS oleh Kelompok 6 KKN Moderasi Beragama IV di Desa Babakanmulya. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(3), 146–158. <https://doi.org/10.37253/se.v3i3.10497>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>

UNESCO. (2024). AI competency framework for teachers. In *The United Nations Educational*. UNESCO. <https://doi.org/10.54675/ZJTE2084>