

PENINGKATAN LITERASI DIGITAL DAN BRANDING UMKM TANJUNG JABUNG TIMUR MELALUI STORYTELLING AI DAN PEMBUATAN LOGO PRAKTIS

Lies Aryani¹, Setiawan Assegaff², Roby Setiawan³

^{1,2,3}Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

Email : ²setiawanassegaff@yahoo.com, ²roby.setiawan.jet@gmail.com

E-mail Korespondensi : ¹liesaryani6@gmail.com

Abstrak

UMKM merupakan sektor strategis yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama dalam aspek literasi digital, pemasaran, dan branding. Kondisi tersebut juga dialami oleh UMKM di Kabupaten Tanjung Jabung Timur. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan literasi digital dan kapasitas branding UMKM melalui pelatihan yang berfokus pada storytelling dengan pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) serta pembuatan logo yang sederhana, ringkas, dan praktis. Metode pelaksanaan meliputi ceramah interaktif, demonstrasi penggunaan AI dalam pembuatan konten pemasaran, praktik langsung desain logo, dan pendampingan UMKM. Kegiatan telah dilaksanakan pada Senin, 24 November 2025 di Aula Dinas Koperasi Tanjung Jabung Timur dengan jumlah peserta 20 orang. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai literasi digital, kemampuan menggunakan AI untuk storytelling pemasaran, serta keterampilan menciptakan logo identitas usaha. Peserta memberikan tanggapan positif terhadap materi yang praktis dan relevan. Kegiatan ini diharapkan mampu membantu UMKM Tanjung Jabung Timur membangun citra usaha yang lebih kuat dan memperluas akses pasar.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) represent a strategic sector that plays a crucial role in Indonesia's economy. However, they continue to face various challenges, particularly in digital literacy, marketing, and branding. These conditions are also experienced by MSMEs in Tanjung Jabung Timur Regency. This community service activity aims to enhance digital literacy and strengthen the branding capacity of MSMEs through training focused on storytelling using Artificial Intelligence (AI) and the creation of simple, concise, and practical logos. The implementation methods included interactive lectures, demonstrations on the use of AI for developing marketing content, hands-on logo design practice, and mentoring sessions for MSMEs. The activity was conducted on Monday, November 24, 2025, at the Hall of the Department of Cooperatives of Tanjung Jabung Timur, with 20 participants in attendance. The results indicate an improvement in participants' understanding of digital literacy, their ability to utilize AI for marketing storytelling, and their skills in creating business identity logos. Participants responded positively to the practical and relevant materials delivered. This activity is expected to assist MSMEs in Tanjung Jabung Timur in building a stronger business image and expanding their market reach.

Keywords: MSMEs, Digital Literacy, Storytelling, Artificial Intelligence (AI), Logo

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan strategis sebagai pilar utama perekonomian nasional. Data menunjukkan bahwa UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia sebesar lebih dari 60% serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional [1]. Namun, mayoritas UMKM masih beroperasi pada skala mikro dengan tantangan struktural yang kompleks, meliputi keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya produktivitas, dan kesulitan dalam penetrasi pasar global [2]. Kondisi ini diperparah oleh dominasi orientasi produksi tanpa diimbangi

strategi pemasaran dan *branding* yang memadai, sehingga banyak produk lokal sulit bersaing di era ekonomi digital yang kompetitif [3].

Di tengah Revolusi Industri 4.0 dan transformasi digital, adopsi teknologi informasi menjadi kebutuhan mendesak bagi keberlangsungan usaha. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat citra produk [4]. Pemerintah melalui program "100% UMKM *Go Digital*" mendorong pelaku usaha untuk memiliki identitas digital dan memanfaatkan media sosial. Namun, implementasi di lapangan, khususnya di daerah seperti Kabupaten Tanjung Jabung Timur, masih menghadapi kendala signifikan berupa rendahnya literasi digital. Studi menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM yang belum memahami perbedaan mendasar antara pemasaran strategis dan penjualan transaksional, serta minimnya keterampilan dalam memanfaatkan *platform* digital untuk *branding* [5].

Pengalaman pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa peningkatan literasi digital melalui pelatihan berbasis praktik secara langsung mampu meningkatkan kompetensi masyarakat dalam memproduksi konten promosi dan media visual secara mandiri [6]. Pendekatan partisipatif dengan pemanfaatan aplikasi yang mudah diakses seperti *Canva Mobile* terbukti efektif dalam menjembatani kesenjangan keterampilan digital, bahkan bagi peserta tanpa latar belakang desain grafis. Selain itu, optimalisasi teknologi digital dalam ruang kreatif masyarakat desa juga terbukti meningkatkan kesadaran akan pentingnya teknologi dalam pengembangan usaha dan ekonomi kreatif lokal [7]. Digitalisasi ruang kreatif tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong kemandirian serta daya saing dalam pemanfaatan *platform online*.

Permasalahan spesifik yang teridentifikasi pada UMKM di Tanjung Jabung Timur adalah lemahnya identitas visual dan narasi produk. *Branding* bukan sekadar logo, melainkan identitas yang membangun kepercayaan konsumen. Penelitian menyebutkan bahwa pembuatan logo dan kemasan yang profesional berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai jual dan daya saing produk UMKM [8]. Selain itu, aspek *storytelling* menjadi kunci dalam membangun koneksi emosional dengan konsumen. *Brand storytelling* terbukti efektif dalam membangun loyalitas pelanggan, namun sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki kemampuan untuk merumuskan narasi tersebut secara menarik [9].

Kesenjangan kompetensi ini dapat dijawab melalui pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Perkembangan AI generatif menawarkan solusi efisien bagi UMKM untuk membuat konten pemasaran dan desain visual tanpa biaya tinggi. Peran AI dalam membantu UMKM bertahan dan berkembang di era digital semakin krusial, termasuk dalam efisiensi pembuatan konten dan analisis pasar [10], [11], [12]. Teknologi ini memungkinkan pelaku usaha mikro menghasilkan *storytelling* produk yang persuasif dan desain logo yang praktis meskipun memiliki keterbatasan sumber daya manusia.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan intervensi pengabdian masyarakat yang tidak hanya bersifat teoritis tetapi juga praktis. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan literasi digital UMKM Tanjung Jabung Timur melalui pendekatan *storytelling* berbasis AI dan pembuatan logo praktis. Pelatihan berbasis teknologi dan praktik langsung diharapkan mampu meningkatkan nilai jual produk, kapasitas SDM, serta kemandirian dalam produksi konten digital [6], [7], [11]. Oleh karena itu, Universitas Dinamika Bangsa melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) melaksanakan kegiatan pemberdayaan ini untuk membantu UMKM membangun identitas digital yang kuat, meningkatkan daya saing produk lokal, serta memanfaatkan teknologi modern secara efektif dalam memperluas akses pasar.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang dalam bentuk pendampingan dan pelatihan digitalisasi pemasaran bagi pelaku UMKM. Rancangan kegiatan dimulai dari tahap identifikasi permasalahan mitra, khususnya terkait rendahnya pemanfaatan teknologi digital

dalam promosi dan branding produk. Selanjutnya dilakukan perencanaan materi pelatihan yang meliputi pembuatan akun media sosial bisnis, optimalisasi konten promosi, strategi *branding* digital, serta pemanfaatan *platform marketplace* untuk memperluas jangkauan pasar.

Pemilihan khalayak sasaran dilakukan secara *purposive*, yaitu UMKM yang telah memiliki produk aktif namun belum memaksimalkan pemasaran digital. Kriteria pemilihan meliputi kesiapan mengikuti pelatihan, komitmen untuk menerapkan hasil pendampingan, serta memiliki perangkat dasar seperti telepon pintar dan akses internet.

Bahan dan alat yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi modul pelatihan *digital marketing*, materi presentasi, perangkat laptop, telepon pintar, jaringan internet, serta aplikasi pendukung seperti media sosial. Desain alat dalam kegiatan ini berupa sistem pendampingan berbasis praktik langsung (*learning by doing*), di mana peserta secara langsung membuat dan mengelola akun bisnis digitalnya. Kinerja kegiatan diukur dari peningkatan pemahaman peserta serta produktivitas dalam menghasilkan konten promosi digital dan peningkatan interaksi pasar secara daring.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara awal untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra, serta dokumentasi kegiatan selama proses pelatihan dan pendampingan.

Teknik analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan pelatihan untuk melihat peningkatan kapasitas digital mitra. Hasil analisis digunakan untuk mengevaluasi efektivitas metode pendampingan serta memberikan rekomendasi pengembangan lanjutan.

Tabel 1. Evaluasi Kinerja Pelaksanaan Kegiatan PKM

No	Indikator Kinerja	Target yang Direncanakan	Capaian Aktual	Keterangan
1	Jumlah peserta pelatihan	20 orang UMKM pemula	20 orang	Tercapai (100%)
2	Kemampuan membuat konten promosi menggunakan AI (<i>Owen</i>)	Minimal 80% peserta mampu membuat 1 konten promosi	± 80% peserta berhasil membuat minimal 1 konten	Target tercapai
3	Praktik pembuatan logo sederhana berbasis AI	Peserta menghasilkan <i>draft</i> logo usaha	Peserta menghasilkan <i>draft</i> logo awal	Tercapai secara kualitatif
4	Ketersediaan perangkat pendukung	100% peserta memiliki <i>smartphone</i>	100% peserta memiliki <i>smartphone</i>	Sesuai kriteria awal
5	Dokumentasi kegiatan	Dokumen administrasi lengkap	Surat tugas, absensi, foto kegiatan tersedia	Lengkap

Evaluasi kinerja kegiatan dilakukan berdasarkan indikator ketercapaian target yang telah ditetapkan pada tahap perencanaan. Sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 1, jumlah peserta yang hadir mencapai 20 orang sesuai dengan target yang direncanakan. Dalam aspek peningkatan keterampilan digital, sekitar 80% peserta berhasil membuat minimal satu konten promosi menggunakan AI (*Owen*) selama sesi praktik berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan demonstrasi dan praktik terbimbing efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta secara langsung.

Selain itu, seluruh peserta menghasilkan *draft* awal logo usaha sebagai bentuk implementasi materi *branding* berbasis AI. Dampak langsung kegiatan juga terlihat dari 12 peserta yang pada hari yang sama langsung mengoptimalkan AI dalam pembuatan logo usaha mereka. Capaian ini menunjukkan bahwa kegiatan tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual, tetapi juga mendorong adopsi teknologi secara nyata. Seluruh peserta telah memenuhi kriteria awal kepemilikan perangkat pendukung berupa *smartphone*, sehingga proses praktik dapat berjalan optimal. Dokumentasi administrasi kegiatan juga tersedia secara lengkap sebagai bentuk akuntabilitas pelaksanaan program.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan pada Senin, 24 November 2025 di Aula Dinas Koperasi Kabupaten Tanjung Jabung Timur dengan jumlah peserta sebanyak 20 orang pelaku UMKM pemula. Pelaksanaan kegiatan berlangsung sesuai dengan *rundown* yang telah direncanakan, meliputi sesi ceramah inspiratif, demonstrasi penggunaan teknologi digital, praktik terbimbing, serta diskusi interaktif.

Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai pentingnya literasi digital dan strategi pemasaran berbasis *storytelling*. Peserta mengikuti sesi ini secara aktif dengan diskusi dan tanya jawab interaktif bersama tim pelaksana.



Gambar 1. Sesi penyampaian materi literasi digital

Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan sesi praktik langsung penggunaan teknologi AI untuk pembuatan konten promosi produk. Peserta menggunakan perangkat *smartphone* masing-masing untuk mencoba menyusun *prompt* dan menghasilkan *caption* promosi berbasis AI.



Gambar 2. Sesi penyampaian materi *storytelling*

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan kombinasi antara penyampaian materi konseptual dan praktik langsung mampu meningkatkan pemahaman serta keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran usaha. Pada sesi praktik *storytelling* menggunakan AI (Qwen), sekitar 80% peserta berhasil membuat minimal satu konten promosi produk masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa metode demonstrasi langkah demi langkah dan praktik langsung menggunakan *smartphone* pribadi efektif dalam meningkatkan kompetensi digital peserta.

Pada sesi *branding* dan pembuatan logo, seluruh peserta menghasilkan *draft* awal logo usaha berbasis konsep sederhana dan mudah diingat. Meskipun masih dalam bentuk rancangan awal, capaian ini menunjukkan bahwa peserta telah memahami prinsip dasar visual identity dan mampu mengimplementasikannya secara langsung menggunakan tools berbasis AI.



Gambar 3. Praktik langsung pembuatan konten promosi dan draft logo usaha menggunakan AI

Tindakan ini menunjukkan adanya perubahan perilaku digital secara cepat setelah memperoleh pemahaman praktis. Seluruh peserta juga telah memenuhi prasyarat digitalisasi, yaitu kepemilikan *smartphone* (100%), dengan 73% di antaranya telah aktif menggunakan media sosial sebelum pelatihan berlangsung.

3.2 Pembahasan

Temuan kegiatan menunjukkan bahwa literasi digital UMKM dapat ditingkatkan secara efektif melalui pendekatan partisipatif dan praktik langsung. Peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi langsung mempraktikkan penggunaan AI untuk membuat konten promosi dan merancang identitas visual produk. Pendekatan ini sejalan dengan hasil pengabdian sebelumnya [6], [7] yang menegaskan bahwa metode *learning by doing* lebih efektif dalam meningkatkan kapasitas digital masyarakat dibandingkan metode ceramah konvensional.

Peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten promosi menggunakan AI menunjukkan bahwa teknologi generatif dapat menjadi solusi praktis bagi UMKM dengan keterbatasan sumber daya manusia dan waktu. Temuan ini sejalan dengan penelitian [10] yang menyatakan bahwa pemanfaatan AI mampu meningkatkan efisiensi pemasaran digital dan daya saing UMKM. Dengan demikian, integrasi AI dalam pelatihan tidak hanya bersifat inovatif, tetapi juga relevan dengan kebutuhan riil pelaku usaha mikro.

Perubahan perilaku digital peserta, yang ditunjukkan melalui implementasi langsung hasil pelatihan, memperlihatkan bahwa transformasi digital UMKM tidak hanya bergantung pada pengetahuan, tetapi juga pada keberanian dan kesiapan adopsi teknologi. Hal ini memperkuat argumen bahwa intervensi berbasis praktik mampu mendorong perubahan nyata dalam pola pemasaran usaha.

Selain itu, kemampuan peserta menghasilkan draft logo awal mengindikasikan peningkatan kesadaran akan pentingnya branding sebagai identitas usaha. Branding tidak lagi dipahami sekadar sebagai logo, tetapi sebagai representasi nilai dan citra usaha yang membangun kepercayaan konsumen. Temuan ini memperkuat hasil studi [8] yang menjelaskan bahwa brand storytelling berperan signifikan dalam membangun loyalitas pelanggan melalui koneksi emosional.

Penerapan AI dalam kegiatan ini juga mendukung temuan [11] dan [12] yang menunjukkan bahwa penggunaan ChatGPT dan teknologi AI lainnya dapat membantu UMKM menghasilkan konten pemasaran secara lebih cepat, efisien, dan terstruktur. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan teknologi digital yang semakin dinamis.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa intervensi berbasis pelatihan singkat namun aplikatif mampu memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kapasitas digital UMKM. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya program pendampingan lanjutan yang lebih intensif dan berkelanjutan untuk memastikan transformasi digital tidak berhenti pada tahap pelatihan awal, tetapi berkembang menjadi praktik usaha yang konsisten dan berdaya saing.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema peningkatan literasi digital dan *branding* UMKM melalui *storytelling* berbasis AI dan pembuatan logo praktis telah terlaksana sesuai dengan tujuan yang dirumuskan pada bagian pendahuluan. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab permasalahan rendahnya literasi digital serta keterbatasan kemampuan *branding* pada UMKM pemula di Kabupaten Tanjung Jabung Timur.

Berdasarkan hasil pelaksanaan, seluruh target jumlah peserta tercapai dengan kehadiran 20 pelaku UMKM. Sekitar 80% peserta berhasil membuat minimal satu konten promosi menggunakan AI selama sesi praktik, serta seluruh peserta menghasilkan *draft* awal logo usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung (*hands-on*) efektif dalam meningkatkan pemahaman sekaligus mendorong adopsi teknologi digital secara nyata.

Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya meningkatkan kapasitas teknis peserta dalam memanfaatkan AI untuk pemasaran digital, tetapi juga membangun kesadaran akan pentingnya *branding* sebagai identitas usaha. Hasil ini mengindikasikan bahwa integrasi teknologi AI dalam program pemberdayaan UMKM dapat menjadi strategi yang relevan dan aplikatif dalam mendukung transformasi digital usaha mikro.

Sebagai rencana pengembangan ke depan, kegiatan serupa dapat dilanjutkan dalam bentuk pendampingan berkelanjutan, pelatihan lanjutan (*advanced digital marketing*), serta monitoring implementasi strategi digital peserta dalam jangka waktu tertentu. Pendekatan berkelanjutan diharapkan mampu memastikan bahwa transformasi digital UMKM tidak berhenti pada tahap pelatihan awal, melainkan berkembang menjadi praktik usaha yang konsisten dan berdaya saing.

4.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Durasi pelatihan dapat diperpanjang menjadi dua hari agar peserta memiliki waktu praktik yang lebih mendalam, khususnya pada aspek desain visual dan optimalisasi platform digital.
2. Diperlukan pendampingan lanjutan pasca-kegiatan untuk memonitor implementasi digitalisasi usaha peserta secara lebih terstruktur.
3. Penyediaan modul cetak atau panduan step-by-step yang lebih rinci dapat membantu peserta dalam mengulang praktik secara mandiri setelah kegiatan selesai.
4. Kolaborasi berkelanjutan antara perguruan tinggi dan Dinas Koperasi UKM perlu diperkuat untuk mendukung program pemberdayaan UMKM berbasis teknologi secara berkesinambungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Yayasan Universitas Dinamika Bangsa Jambi atas dukungan pendanaan kegiatan PKM Mandiri Semester Ganjil Tahun Akademik 2025/2026. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Tanjung Jabung Timur yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan, serta seluruh pelaku UMKM peserta pelatihan yang telah berpartisipasi aktif selama kegiatan berlangsung.

Apresiasi turut diberikan kepada LPPM Universitas Dinamika Bangsa atas dukungan administratif dan koordinasi kegiatan, serta seluruh pihak yang telah membantu terselenggaranya program ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] L. Mendrofa, B. Zendrato, and I. Zai, “Pengaruh Digitalisasi Pada Peningkatan Efisiensi Operasional Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia Tahun 2023.”
- [2] V. Yoga Satria et al., “Pemberdayaan UMKM Melalui Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk di Desa Dukuh Menanggal Surabaya.”
- [3] A. Buana Surabaya et al., “Fakultas Ekonomi dan Bisnis-Universitas PGRI,” *Ekobis Abdimas*, vol. 4, 2023.
- [4] C. Yolanda et al., “Peran Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia.”
- [5] F. Fasah Sanda et al., “Tantangan dan Peluang UMKM di Tengah Tren Ekonomi Digital,” *Inflasi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan*.
- [6] R. Setiawan, “Pemberdayaan Pemuda Desa Melalui Pelatihan Desain Grafis Berbasis Canva Mobile dalam Mendukung Program P3PD,” *Jurnal Pengabdian Dosen Indonesia*, vol. 2, no. 1, pp. 28–34, 2025.
- [7] R. Setiawan, “Optimalisasi Teknologi Digital dalam Ruang Kreatif untuk Meningkatkan Potensi Pemuda Desa Mendalo Darat,” *Jurnal Pengabdian Dosen Indonesia*, vol. 2, no. 2, pp. 10–18, 2025.
- [8] E. Kaharudin et al., “Peran Brand Storytelling dalam Membangun Loyalitas Pelanggan: Studi Fenomenologi pada UMKM Kuliner Kota Semarang,” 2025.
- [9] I. Munawarah, “Strategi Cerdas Pemanfaatan AI (Artificial Intelligence) dalam Perencanaan Keuangan Berbasis Digital untuk Keberlanjutan UMKM,” *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 128–137, 2025.
- [10] A. Purnomo Sidi et al., “Pemanfaatan AI dalam Branding dan Pemasaran UMKM,” vol. 3, 2024.
- [11] F. Rozi and R. Andrian, “ChatGPT Kecerdasan Buatan untuk Inovasi UKM: Tinjauan Sistematis Literatur dan Analisis Bibliometrik,” 2024.
- [12] W. Haryanto, R. Oktiyani, and D. Pradiatiningtyas, “Meningkatkan Efisiensi Konten UMKM Melalui Teknologi AI: Penerapan ChatGPT untuk Pemasaran Digital Produk UMKM Kabupaten Sukoharjo,” 2024.