

PELATIHAN TEXT-TO-IMAGE AI UNTUK PENGUATAN BRANDING LOGO UMKM DI KOTA JAMBI

Roby Setiawan¹, Muhammad Ismail², Agus Nugroho³, Eni Rohaini⁴,
Setiawan Assegaff⁵, Nurhadi⁶, Lies Aryani⁷, Despita Meisak⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

Email : ²maelkhanz@gmail.com, ³agusnugroho0888@gmail.com, ⁴enirohaini0104@gmail.com,
⁵setiawanassegaff@yahoo.com, ⁶nurhadi@unama.ac.id, ⁷Liesaryani6@gmail.com,
⁸despitam@gmail.com

E-mail Korespondensi : ¹robby.setiawan.jet@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi daerah, namun masih menghadapi keterbatasan dalam membangun identitas visual yang profesional, khususnya dalam pembuatan logo usaha. Biaya desain profesional yang relatif tinggi menjadi kendala bagi sebagian pelaku UMKM. Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI), khususnya *Text-to-Image* AI, menawarkan solusi alternatif yang cepat, terjangkau, dan kreatif dalam menghasilkan desain visual berbasis deskripsi teks. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Kota Jambi dalam memanfaatkan teknologi *Text-to-Image* AI untuk pembuatan logo usaha. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan *pre-test*, penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan *post-test*. Evaluasi dilakukan menggunakan skala Likert 1–5 terhadap 17 peserta. Hasil menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman dari 2,47 pada *pre-test* menjadi 4,38 pada *post-test*. Peningkatan signifikan terjadi pada indikator kemampuan menyusun *prompt* dan kepercayaan diri menggunakan logo berbasis AI. Kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik AI efektif dalam meningkatkan kapasitas branding digital UMKM secara mandiri dan berkelanjutan.

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in regional economic development but still face limitations in developing professional visual identities, particularly in logo design. The relatively high cost of professional design services becomes a challenge for many MSMEs. The advancement of Artificial Intelligence (AI), especially Text-to-Image AI, offers a fast, affordable, and creative alternative solution for generating visual designs based on textual descriptions. This community service activity aimed to enhance the knowledge and skills of MSMEs in Jambi City in utilizing Text-to-Image AI technology for logo creation. The implementation method employed a participatory approach through pre-test, training sessions, demonstrations, hands-on practice, and post-test evaluation. Data were analyzed using a Likert scale (1–5) from 17 participants. The results indicated an increase in the average score from 2.47 in the pre-test to 4.38 in the post-test. Significant improvements were observed in participants' ability to construct prompts and their confidence in using AI-generated logos. This activity demonstrates that AI-based practical training effectively strengthens MSMEs' digital branding capacity independently and sustainably.

Keywords: *artificial intelligence, branding, logo, text-to-image AI, UMKM.*

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran strategis dalam perekonomian Indonesia, termasuk di tingkat provinsi dan kabupaten/kota. Di Provinsi Jambi, UMKM terus mengalami pertumbuhan jumlah usaha yang signifikan. Data terkini menunjukkan peningkatan unit UMKM dari lebih 165.000 menjadi lebih dari 176.000, suatu indikasi bahwa sektor ini menjadi penggerak ekonomi daerah yang penting untuk diberdayakan secara berkelanjutan (RadarJambi.co.id,

2024). Dukungan pemerintah provinsi pun nyata melalui berbagai insentif pembiayaan dan pembinaan teknis guna memperkuat kapasitas produksi serta daya saing pelaku UMKM (Antara News Jambi, 2025).

Secara spesifik, kawasan Danau Sipin di Kota Jambi tengah diproyeksikan menjadi pusat kegiatan ekonomi kreatif dan pariwisata yang dapat menjadi panggung baru bagi UMKM lokal. Rencana pengembangan Danau Sipin sebagai kawasan bisnis prestisius menunjukkan potensi transformasi ekonomi berbasis budaya dan pariwisata, sekaligus membuka peluang perluasan pasar bagi produk UMKM setempat (JambiLINK.id, 2025). Kondisi ini menambah urgensi pemberdayaan keterampilan teknis pelaku UMKM agar siap memanfaatkan momentum tersebut secara maksimal.

Meskipun jumlah UMKM berkembang pesat, banyak pelaku usaha masih menghadapi tantangan dalam membangun identitas merek dan konten pemasaran yang profesional. Salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran digital adalah pembuatan logo usaha yang kuat sebagai identitas visual. Namun, proses pembuatan logo melalui jasa desain profesional sering kali membutuhkan biaya tinggi dan kurang terjangkau oleh pelaku UMKM dengan modal terbatas (Haryanto, Rejeki, & Oktiyan, 2024). Selain itu, hasil desain yang diperoleh belum tentu sesuai dengan karakteristik usaha dan kebutuhan pasar sehingga kurang efektif dalam memperkuat *branding* usaha (Kurniawan & Fitri, 2024).

Perkembangan teknologi digital turut membuka peluang untuk mengatasi tantangan tersebut. Teknologi kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*) khususnya *Text-to-Image* AI telah menunjukkan kemampuan dalam menghasilkan konten visual berkualitas hanya berdasarkan deskripsi teks sederhana. Aplikasi teknologi ini memungkinkan pelaku UMKM menciptakan logo dan materi visual lainnya secara cepat, efektif, dan dengan biaya minimal (Hartono & Wijaya, 2024; Rizki & Fitria, 2024). Selain itu, teknologi AI juga terbukti meningkatkan efisiensi produksi konten pemasaran digital yang dapat memperluas jangkauan pasar UMKM (Syifa, Siswanti, & Altiarika, 2024).

Pengalaman kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa metode pelatihan berbasis praktik sangat efektif dalam meningkatkan kemandirian masyarakat dalam menghasilkan konten visual digital. Pelatihan desain grafis berbasis aplikasi mobile seperti *Canva Mobile* berhasil memberdayakan peserta meskipun tanpa latar belakang desain grafis, dengan pendekatan yang partisipatif dan langsung terlibat dalam proses pembuatan konten visual (Setiawan, 2025). Hasil pelatihan tersebut menjadi bukti bahwa pemberdayaan keterampilan digital mampu membuka peluang baru bagi pelaku komunitas lokal dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan usaha.

Berdasarkan kondisi di atas, pelaksanaan kegiatan ini menjadi sangat penting dan relevan. Pemberdayaan pelaku UMKM di Provinsi Jambi, khususnya di kawasan Danau Sipin dan sekitarnya, melalui pelatihan implementasi *Text-to-Image* AI dalam pembuatan logo bukan hanya akan meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat daya saing usaha dalam era ekonomi digital. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan dapat mendukung pengembangan UMKM yang adaptif dan inovatif serta memaksimalkan peluang ekonomi yang terbuka melalui transformasi digital di tingkat lokal (Prasetyo & Arief, 2024; Rahim & Setiawan, 2024; Wijayanti & Andri, 2025)..

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Sanggar Batik Bahri, kawasan Danau Sipin, Kota Jambi. Sasaran kegiatan adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di sektor kuliner, kerajinan, dan jasa kreatif. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan secara penuh sebanyak 17 orang. Pemilihan peserta dilakukan secara *purposive*, yaitu pelaku UMKM yang belum memiliki logo profesional atau masih menggunakan identitas visual sederhana serta memiliki minat untuk mengembangkan *branding* usaha berbasis teknologi digital.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik langsung (*learning by doing*). Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu mengimplementasikan teknologi *Text-to-Image Artificial Intelligence* (AI) secara mandiri dalam pembuatan logo usaha.

Tahapan kegiatan dilaksanakan secara sistematis sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan dan *Pre-test*

Pada tahap awal, tim pelaksana menyiapkan materi pelatihan yang mencakup konsep dasar *branding*, prinsip pembuatan logo yang efektif, serta pengenalan teknologi *Text-to-Image AI*. Selain itu, dilakukan persiapan perangkat pendukung berupa laptop, jaringan internet, proyektor, serta akun yang digunakan dalam praktik. Sebelum penyampaian materi, peserta diberikan *pre-test* untuk mengukur tingkat pemahaman awal terkait *branding*, fungsi logo, konsep dasar *Artificial Intelligence*, serta kemampuan menyusun deskripsi teks (*prompt*) dalam menghasilkan desain visual. *Pre-test* ini bertujuan memperoleh gambaran kondisi awal literasi digital peserta.

2. Tahap Penyampaian Materi dan Demonstrasi

Pada tahap ini, tim pelaksana menyampaikan materi mengenai pentingnya identitas visual dalam membangun citra merek UMKM, karakteristik logo yang baik, serta potensi pemanfaatan AI dalam desain grafis. Selanjutnya dilakukan demonstrasi penggunaan tools *Text-to-Image AI*, mulai dari penyusunan *prompt* berdasarkan karakter usaha, pemilihan gaya visual, hingga proses menghasilkan desain logo secara otomatis. Demonstrasi dilakukan secara interaktif agar peserta dapat memahami alur penggunaan teknologi secara bertahap.

3. Tahap *Workshop* Praktik Langsung

Setelah sesi demonstrasi, peserta mengikuti *workshop* praktik langsung dengan pendampingan intensif dari tim pelaksana. Pada tahap ini, setiap peserta menyusun *prompt* sesuai karakteristik usaha masing-masing dan menghasilkan minimal satu desain logo berbasis AI. Tim memberikan umpan balik terhadap hasil desain, baik dari aspek visual, kesesuaian identitas merek, maupun keterbacaan logo. Pendekatan praktik ini bertujuan meningkatkan keterampilan teknis sekaligus membangun kepercayaan diri peserta dalam menggunakan teknologi AI.

4. Tahap *Post-test* dan Evaluasi

Setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai, peserta mengisi *post-test* dengan instrumen yang sama seperti *pre-test*. *Post-test* dilakukan untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan. Instrumen evaluasi menggunakan skala Likert 1–5 dengan tujuh indikator penilaian, yaitu: pemahaman pentingnya logo, prinsip desain logo, konsep AI dalam desain visual, penggunaan *Text-to-Image AI*, kemampuan menyusun *prompt*, persepsi efektivitas AI, dan kepercayaan diri menggunakan logo berbasis AI.

Data yang diperoleh dari *pre-test* dan *post-test* dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Langkah analisis dilakukan dengan:

- menjumlahkan skor masing-masing indikator,
- menghitung nilai rata-rata skor *pre-test* dan *post-test*,
- membandingkan selisih rata-rata untuk melihat tingkat peningkatan.

Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan perubahan tingkat pemahaman dan keterampilan peserta secara terukur setelah mengikuti kegiatan pelatihan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Evaluasi Kuantitatif

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan pendekatan partisipatif di Sanggar Batik Bahri, kawasan Danau Sipin, Kota Jambi. Kegiatan diawali dengan pembukaan dan penyampaian tujuan pelatihan kepada peserta UMKM yang hadir.



Gambar 1. Kegiatan pembukaan pelatihan implementasi *Text-to-Image* AI bagi UMKM Kota Jambi

Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* terhadap 17 peserta pelatihan. Instrumen yang digunakan terdiri dari tujuh indikator dengan skala Likert 1–5, di mana skor 1 menunjukkan “Sangat Tidak Setuju” dan skor 5 menunjukkan “Sangat Setuju”.

Sebelum pelatihan, rata-rata skor *pre-test* tercatat sebesar 2,47, yang menunjukkan bahwa pemahaman peserta terkait *branding*, prinsip desain logo, serta pemanfaatan *Text-to-Image* AI masih berada pada kategori rendah hingga cukup. Mayoritas peserta belum memahami cara menyusun *prompt* yang efektif maupun memanfaatkan AI dalam proses desain visual.

Setelah penyampaian materi dan demonstrasi penggunaan *tools* AI, peserta mulai memahami alur kerja pembuatan logo berbasis deskripsi teks.



Gambar 2. Penyampaian materi dan demonstrasi penggunaan *Text-to-Image* AI

Tahap praktik langsung menjadi bagian inti kegiatan. Peserta menyusun *prompt* sesuai karakteristik usaha masing-masing dan menghasilkan desain logo berbasis AI dengan pendampingan tim pelaksana.



Gambar 3. Sesi *workshop* praktik pembuatan logo berbasis AI

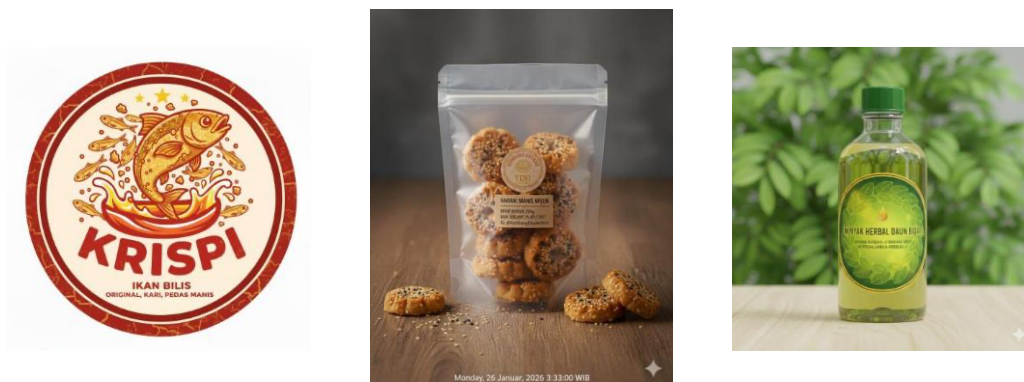
Hasil *post-test* menunjukkan peningkatan yang signifikan pada seluruh indikator, dengan rata-rata skor meningkat menjadi 4,38. Selisih peningkatan sebesar 1,91 poin menunjukkan adanya perubahan yang substansial dalam aspek pengetahuan dan keterampilan peserta.

Peningkatan paling menonjol terjadi pada indikator kemampuan menyusun *prompt* serta kepercayaan diri menggunakan logo berbasis AI. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung (*learning by doing*) efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis sekaligus kesiapan adopsi teknologi oleh pelaku UMKM.

3.2 Dampak terhadap Branding UMKM

Selain peningkatan kuantitatif, pelatihan ini juga memberikan dampak nyata terhadap penguatan *branding* UMKM peserta. Setiap peserta berhasil menghasilkan minimal satu desain logo yang disesuaikan dengan identitas usaha masing-masing.

Hasil observasi menunjukkan bahwa logo yang dihasilkan telah memenuhi prinsip dasar desain, seperti kesederhanaan, relevansi, dan keterbacaan. Sebelumnya, sebagian peserta belum memiliki logo profesional atau masih menggunakan identitas visual sederhana. Setelah pelatihan, peserta memiliki logo yang lebih representatif dan siap digunakan dalam media promosi digital maupun cetak.



Gambar 4. Contoh hasil desain logo UMKM berbasis *Text-to-Image* AI

Dampak lain yang terlihat adalah meningkatnya kesadaran peserta terhadap pentingnya identitas visual dalam strategi pemasaran. Logo tidak lagi dipandang sebagai elemen tambahan, tetapi sebagai bagian strategis dalam membangun citra merek dan meningkatkan daya saing usaha.

Selain aspek visual, terjadi perubahan sikap terhadap pemanfaatan teknologi digital. Peserta menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menggunakan AI serta kesiapan untuk mengembangkan konten promosi berbasis teknologi secara mandiri. Hal ini mengindikasikan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga mendorong transformasi pola pikir menuju branding digital yang lebih adaptif dan inovatif.

Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak ganda, yaitu peningkatan kapasitas kognitif yang terukur melalui evaluasi kuantitatif serta penguatan identitas merek yang berdampak langsung pada strategi pemasaran UMKM.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Kegiatan pelatihan implementasi *Text-to-Image Artificial Intelligence* (AI) bagi pelaku UMKM di Kota Jambi terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam pembuatan logo usaha berbasis teknologi digital. Berdasarkan hasil evaluasi kuantitatif terhadap 17 peserta, terjadi peningkatan rata-rata skor dari 2,47 pada *pre-test* menjadi 4,38 pada *post-test*. Peningkatan ini menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam aspek pemahaman konsep *branding*, prinsip desain logo, kemampuan menyusun *prompt*, serta kepercayaan diri dalam menggunakan logo berbasis AI.

Pendekatan partisipatif dengan metode praktik langsung (*learning by doing*) menjadi faktor utama dalam keberhasilan kegiatan. Peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan konseptual, tetapi juga mampu menghasilkan logo yang sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Dengan demikian, pelatihan ini berkontribusi terhadap penguatan kapasitas *branding* UMKM serta peningkatan kesiapan digital pelaku usaha dalam menghadapi persaingan di era ekonomi berbasis teknologi.

4.2 Saran

Berdasarkan hasil kegiatan, diperlukan program lanjutan untuk memperkuat implementasi *branding* digital UMKM secara berkelanjutan. Kegiatan yang direkomendasikan antara lain pelatihan pembuatan konten promosi berbasis AI, pengelolaan media sosial usaha, serta strategi pemasaran digital terintegrasi.

Selain itu, pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan agar logo yang telah dihasilkan dapat diimplementasikan secara konsisten dalam berbagai media promosi dan identitas usaha. Pengembangan kolaborasi antara perguruan tinggi dan komunitas UMKM juga perlu diperluas guna mendukung transformasi digital yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Dinamika Bangsa melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) atas dukungan pendanaan, fasilitasi, dan koordinasi dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya juga disampaikan kepada pemilik dan pengelola Sanggar Batik Bahri, kawasan Danau Sipin, Kota Jambi, yang telah menyediakan tempat serta mendukung kelancaran kegiatan pelatihan. Selain itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pelaku UMKM Kota Jambi yang telah berpartisipasi aktif, menunjukkan antusiasme, serta berkomitmen mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dari awal hingga akhir. Dukungan dan kolaborasi dari berbagai pihak menjadi faktor penting dalam keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara News Jambi. (2025). Upaya pemberdayaan UMKM melalui berbagai insentif pembiayaan pemerintah di Provinsi Jambi. *Jambi.antaranews.com*. <https://jambi.antaranews.com/berita/604453/upaya-pemberdayaan-umkm-melalui-berbagai-insentif-pembiayaan-pemerintah-di-provinsi-jambi>
- Borneo, T. (2024). Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) sebagai media pemasaran produk UMKM Borneo Istimewa. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Jotika*. <https://journal.jotika.co.id/index.php/JPPMJ/article/view/117>
- Hadi, R. A., & Kusuma, L. (2024). Utilization of artificial intelligence (AI) technology in the digitization of MSMEs in Cilegon City. <https://www.researchgate.net/publication/394129287>
- Hartono, L., & Wijaya, M. (2024). The diffusion of AI innovation by the UMKM group in Indonesia. <https://media.neliti.com/media/publications/619649>
- Haryanto, W., Rejeki, S., & Oktiyani, R. (2024). Meningkatkan efisiensi konten UMKM melalui teknologi AI: Penerapan ChatGPT untuk pemasaran digital produk UMKM Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Abdi Teknayasa*, 5(1), 353–360. <https://journals2.ums.ac.id/index.php/abditeknayasa/article/view/7068>
- RadarJambi.co.id. (2024, 6 Juni). Wagub sebut pertumbuhan UMKM Jambi berkembang pesat. <https://www.radarjambi.co.id/read/2024/06/05/32600/wagub-sebut-pertumbuhan-umkm-jambi-berkembang-pesat>
- Kurniawan, A., & Fitri, L. (2024). Menciptakan citra merek yang kuat dengan desain logo UMKM. *Jurnal Bisnis Indonesia*. <https://ejournal.upnjatim.ac.id/index.php/jbi/article/view/4553>
- Mahadi, M. R. S., & Utama, N. P. (2023). Indonesia text-to-image synthesis with Sentence-BERT and FastGAN. *arXiv Preprint*. <https://arxiv.org/abs/2303.14517>
- Prasetyo, D., & Arief, F. (2024). Pemanfaatan teknologi artificial intelligence untuk meningkatkan branding digital UMKM di Kabupaten Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. <https://www.researchgate.net/publication/393544949>

- Rahim, A., & Setiawan, R. (2024). Pemberdayaan UMKM dan kelompok masyarakat melalui digital marketing untuk mendukung transformasi ekonomi di era digital. *Jurnal Pengabdian Dosen Indonesia*, 1(1), 22–27.
- Rizki, T., & Fitria, A. (2024). Pemanfaatan AI ads untuk digital marketing produk UMKM di Desa Cimaranten Kabupaten Kuningan. *JISE: Jurnal Ilmu Sosial dan Ekonomi*. <https://jise.uniku.ac.id/pub/article/view/96>
- Setiawan, R. (2025). Pemberdayaan pemuda desa melalui pelatihan desain grafis berbasis Canva Mobile dalam mendukung program P3PD. *Jurnal Pengabdian Dosen Indonesia*, 1(2), 28–34.
- Syifa, S. N., Siswanti, W., & Altiarika, E. (2024). Pemanfaatan AI dalam branding dan pemasaran UMKM. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*. <https://www.researchgate.net/publication/387285115>
- JambiLINK.id. (2025). Jambi Business Center siapkan kawasan bisnis prestisius di jantung kota. *JambiLINK.id*. <https://jambilink.id/post/5489/jambi-business-center-siapkan-kawasan-bisnis-prestisius-di-jantung-kota>
- Wijayanti, S., & Andri, R. (2025). Pengembangan komunikasi komunitas lokal: Strategi dan branding pemasaran untuk UMKM di Kecamatan Sirah Pulau Padang Kabupaten Ogan Komering Ilir. *Jurnal SEMAR*, 14(1), 31–40. <https://jurnal.uns.ac.id/jurnal-semar/article/view/93617>