KHIDMAH NUSANTARA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
Vol. 3, No. 1, Agustus 2026 : Halaman 57 – Halaman 71
E-ISSN : 3047-6488 (Online)
https://ejournal.rizaniamedia.com/index.php/khidmah

Pelatihan Teknologi Generative Artificial Intelligence Untuk Pemasaran Digital UMKM Batik Mojo

Bambang Suryanto[1]*, Tri Ramadani Arjo[2], Kartika Indah Permanasari[3], Fahmi Muhammad Az Zuhri[4], Ika Kusumasasti[5], Mohammad Maskan[6]

*[*1]Politeknik Negeri Malang, email: bambangsuryanto6@gmail.com
[2]Politeknik Negeri Malang, email: tri.ramadani@polinema.ac.id
[3]Politeknik Negeri Malang, email: kartika.ip18@gmail.com
[4]Politeknik Negeri Malang, email: fahmi.azzuhri@gmail.com
[5]Politeknik Negeri Malang, email: ika.kums@gmail.com
[6]Politeknik Negeri Malang, email: moh.maskan@polinema.ac.id
Koresponden penulis

Info Artikel

Diterima: *25 Juni 2026;*
Direvisi: *21 Juli 2026;*
Diterbitkan: *1 Agustus 2026;*

Keywords:
Generative AI; MSMEs; Batik Mojo; digital marketing; custom batik design

Kata Kunci:
Generative AI; UMKM; Batik Mojo; pemasaran digital; desain batik custom.

Abstract

Batik Mojo is a micro-enterprise established in 2019 with three employees. The main challenges faced by the business include limited digital marketing capabilities, suboptimal utilization of e-commerce platforms, difficulties in visualizing custom batik designs, and limited promotional content production. This community service program aims to enhance the capacity and competitiveness of the MSME through the application of Generative Artificial Intelligence (GenAI) technology. The implementation method employed a service-learning approach through GenAI training and mentoring activities focused on digital promotional content creation and custom batik design visualization. The evaluation results indicated improvements in three indicators of partner capabilities. First, the ability to use GenAI for marketing content creation increased from a score of 70 to 90, representing an improvement of 20 points. Second, knowledge and skills in developing effective prompts and editing AI-generated content increased from 72 to 94, representing an improvement of 22 points. Third, the ability to independently produce and manage marketing content increased from 65 to 90, representing an improvement of 25 points. Overall, the average score across the three indicators increased from 69 to 91.33, representing an improvement of 22.33 points. These results demonstrate that GenAI training and mentoring contributed positively to improving the partner's digital knowledge and skills, particularly in generating promotional ideas, developing marketing materials, creating visual designs, and independently producing promotional content. The application of GenAI technology has the potential to optimize digital marketing, enhance promotional creativity, and strengthen the competitiveness and sustainability of Batik Mojo MSME

Abstrak

UMKM Batik Mojo merupakan usaha mikro yang berdiri sejak tahun 2019 dan memiliki tiga orang karyawan. Permasalahan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan pemasaran digital, belum optimalnya pemanfaatan e-commerce, kesulitan memvisualisasikan desain batik custom, serta keterbatasan produksi konten promosi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM melalui penerapan teknologi Generative Artificial Intelligence (GenAI). Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan service learning melalui pelatihan penggunaan GenAI serta pendampingan pembuatan konten promosi digital dan visualisasi desain batik custom. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pada tiga indikator kemampuan mitra. Pertama, kemampuan menggunakan GenAI untuk pembuatan konten pemasaran meningkat dari skor 70 menjadi 90 atau naik 20 poin. Kedua, pengetahuan dan

keterampilan dalam menyusun prompt serta menyunting konten hasil generasi AI meningkat dari skor 72 menjadi 94 atau naik 22 poin. Ketiga, kemampuan memproduksi dan mengelola konten pemasaran secara mandiri meningkat dari skor 65 menjadi 90 atau naik 25 poin. Secara keseluruhan, rata-rata skor ketiga indikator meningkat dari 69 menjadi 91,33 atau naik sebesar 22,33 poin. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan penerapan GenAI berkontribusi positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital mitra, khususnya dalam menghasilkan ide promosi, menyusun materi pemasaran, mengembangkan desain visual, serta memproduksi konten secara mandiri. Penerapan teknologi GenAI berpotensi mendukung optimalisasi pemasaran digital, meningkatkan kreativitas promosi, dan memperkuat daya saing serta keberlanjutan UMKM Batik Mojo.

PENDAHULUAN

UMKM Batik Mojo merupakan usaha mikro yang didirikan secara individu pada tahun 2019. Awalnya, pendirinya belajar membuat batik sejak tahun 2017 di Solo, dengan tujuan utama menambah pengetahuan dan keterampilan. Namun, munculnya pandemi mendorong pendirinya untuk mengembangkan kemampuan tersebut menjadi usaha batik sebagai sumber pendapatan tambahan.

Batik Mojo memproduksi berbagai jenis batik, antara lain batik tulis, batik cap, serta teknik pewarnaan alami seperti eco print dan shibori. Produk-produk ini memiliki keunggulan dibandingkan batik di toko lain, karena motifnya bersifat custom dan tidak pasaran, serta kualitas warna yang dijamin tahan lama. Harga batik bervariasi tergantung jenis dan motif, dengan batik tulis dijual mulai Rp500.000 per potong (2 meter) dan batik cap mulai Rp175.000 per potong. Harga dapat meningkat jika motif lebih kompleks atau menggunakan banyak warna.

Proses penjualan saat ini didominasi melalui media sosial, khususnya WhatsApp dan Instagram. Platform e-commerce seperti Shopee sebelumnya dicoba tetapi kurang efektif. Omset rata-rata Batik Mojo mencapai sekitar Rp 3 sampai 5 juta per bulan, dan penjualan relatif stabil, meskipun cuaca menjadi faktor signifikan yang memengaruhi kapasitas produksi. Batik membutuhkan sinar matahari untuk proses pengeringan, sehingga musim hujan dapat mengurangi jumlah kain yang bisa diselesaikan per hari.

Dalam produksi, bahan utama berupa kain dan lilin batik selalu tersedia sehingga tidak menjadi kendala. Usaha ini menawarkan produk siap pakai maupun batik custom sesuai permintaan pelanggan, dengan harga tetap sama namun waktu tunggu bisa berbeda. Pesanan batik dapat disesuaikan ukuran dan motifnya, termasuk pesanan lebih dari 2 meter untuk kebutuhan pakaian panjang atau proyek khusus.

Secara keseluruhan, Batik Mojo menonjol karena kualitas produk, kemampuan menerima pesanan custom, dan pelayanan personal melalui media sosial. Tantangan utama usaha ini adalah cuaca yang memengaruhi proses produksi serta keterbatasan saluran penjualan online. Dengan mengembangkan strategi pemasaran digital lebih luas dan membangun

kemitraan untuk meningkatkan kapasitas produksi, UMKM ini berpotensi memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omset di masa depan.

Kegiatan ini sejalan dengan SDG 9 (Industri, Inovasi, dan Infrastruktur) karena mendorong inovasi dan transformasi digital UMKM, serta SDG 4 (Pendidikan Berkualitas) melalui peningkatan kapasitas dan literasi digital pelaku usaha. Selain itu, kegiatan ini juga mendukung SDG 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) karena berpotensi meningkatkan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Dalam konteks Asta Cita dan prioritas pembangunan, pelatihan ini berkontribusi pada penguatan ekonomi rakyat, peningkatan daya saing UMKM, serta pemanfaatan teknologi untuk mendorong kemandirian dan pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan. Dengan demikian, pelaksanaan pelatihan AI generatif menjadi langkah strategis dan mendesak untuk meningkatkan kapasitas, daya saing, dan keberlanjutan UMKM Batik Mojo di era digital.

METODE PELAKSANAAN

Terdapat dua metode yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah mitra

1. **Pelatihan Penerapan Generative Artificial Intelligence**
    a) Tahap Persiapan: Tim pengabdian melakukan asesmen awal untuk mengetahui kondisi akun media sosial, jenis konten yang selama ini dibuat, dan tingkat literasi digital mitra (Hikmah & Suakanto, 2026; Marlinda et al., 2024).
    b) Pelatihan Dasar AI dan Digital Marketing: Memberikan pemahaman mengenai penggunaan tools AI untuk membuat konten, termasuk pembuatan desain feed, caption persuasif, dan materi promosi visual (Hana & Gumelar, 2025; Nurmadewi et al., 2026; Rianto et al., 2024) .
    c) Praktik Langsung (Hands-on): Mitra secara langsung membuat konten digital menggunakan AI, dibimbing oleh tim pengabdian.
    d) Pendampingan Implementasi: Tim mendampingi mitra dalam menerapkan konten yang dibuat pada Instagram, WhatsApp, dan platform digital lainnya (Marlinda et al., 2024; Rukmana, 2025).
    e) Monitoring dan Evaluasi: Mengevaluasi kualitas konten, tingkat engagement, dan efektivitas konten dalam menarik minat pelanggan (Samsuriyanto, 2026; Setyowati et al., 2026; Yanti et al., 2026) .

2. **Pendampingan pembuatan konten digital dan Pembuatan Visualisasi Desain Batik Custom Menggunakan AI**
    a) Identifikasi Kebutuhan Desain: Mengumpulkan informasi mengenai jenis motif, warna, dan ukuran yang sering dipesan pelanggan (Kuntoro et al., 2026).

b) Pelatihan Penggunaan AI untuk Visualisasi: Mitra belajar membuat mock-up atau simulasi desain batik custom sesuai permintaan pelanggan menggunakan tools AI.
c) Praktik Pembuatan Mock-up: Mitra langsung membuat simulasi desain dan mempresentasikannya untuk mendapatkan feedback dari tim pengabdian(Iskandar et al., 2025).
d) Pendampingan Implementasi: Tim membantu mitra menggunakan visualisasi AI untuk komunikasi dengan pelanggan, termasuk dalam proses pemesanan custom (An'ars et al., 2023; Kudiya et al., 2026; Remawati et al., 2026; Zulfaidil et al., 2026) .
e) Monitoring dan Evaluasi: Menilai efektivitas visualisasi dalam mempercepat pengambilan keputusan pelanggan, meningkatkan kepercayaan, dan efisiensi waktu dalam proses negosiasi pesanan (Adetya & Awaluddin, 2025; Kholijah et al., 2025; Rosyadah & Wikartika, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Pelatihan Penerapan Teknologi Generative Artificial Intelligence untuk Optimalisasi Pemasaran Digital Produk UMKM Batik Mojo" telah dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi perguruan tinggi dalam membantu pelaku UMKM menghadapi perkembangan teknologi digital yang semakin cepat. Kegiatan ini secara khusus diarahkan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi UMKM Batik Mojo dalam melakukan pemasaran digital, terutama keterbatasan dalam menghasilkan konten promosi secara konsisten, menyusun materi pemasaran yang menarik, serta memvisualisasikan desain produk batik custom sesuai dengan keinginan pelanggan.

Pada tahap awal kegiatan, tim pelaksana memberikan pemahaman mengenai perkembangan teknologi kecerdasan buatan generatif dan peluang pemanfaatannya bagi UMKM. Peserta diperkenalkan pada konsep dasar Generative AI, cara kerja secara sederhana, serta berbagai bentuk pemanfaatannya dalam kegiatan bisnis seperti beberapa kegiatan pengabdian terdahulu (Hamni, 2013; Niravita et al., 2024; Pratiwi & Prambudia, 2026) . Penjelasan diberikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan dikaitkan dengan aktivitas usaha sehari-hari, seperti membuat materi promosi, mencari ide konten, menulis deskripsi produk, dan membantu mengembangkan konsep visual produk.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Pada tahap ini, peserta juga diberikan pemahaman bahwa Generative AI bukan dimaksudkan untuk menggantikan kreativitas pemilik usaha, tetapi sebagai alat bantu untuk mempercepat proses kerja dan menghasilkan alternatif ide. Pemilik usaha tetap menjadi pihak yang menentukan informasi, gaya komunikasi, desain, serta keputusan akhir yang akan digunakan. Pemahaman tersebut penting agar penggunaan teknologi tetap mempertahankan identitas dan karakter Batik Mojo sebagai produk batik lokal.

Salah satu kegiatan praktik yang dilakukan adalah pembuatan caption promosi untuk media sosial. Sebelum pelatihan, pembuatan caption promosi masih dilakukan secara sederhana dan belum memiliki pola yang terstruktur. Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada cara memberikan instruksi atau prompt kepada Generative AI dengan memasukkan informasi penting mengenai produk.

Peserta mencoba memasukkan informasi seperti nama produk, jenis kain, motif, warna, ukuran, karakteristik produk, keunggulan, target konsumen, serta tujuan promosi. Berdasarkan informasi tersebut, Generative AI dapat menghasilkan beberapa alternatif caption dengan gaya komunikasi yang berbeda. Misalnya, caption dapat dibuat dengan pendekatan informatif, persuasif, santai, elegan, maupun lebih dekat dengan gaya komunikasi media sosial.

Praktik ini memberikan pengalaman baru bagi peserta karena proses pembuatan caption yang sebelumnya membutuhkan waktu untuk memikirkan kalimat promosi dapat dilakukan dengan lebih cepat. Peserta juga dapat meminta AI mengubah hasil tulisan apabila dianggap terlalu panjang, terlalu formal, kurang menarik, atau belum sesuai dengan karakter pelanggan Batik Mojo.

Hasil praktik menunjukkan bahwa peserta mulai memahami pentingnya memberikan instruksi yang jelas kepada AI. Peserta juga menyadari bahwa kualitas hasil yang diberikan AI sangat dipengaruhi oleh informasi yang dimasukkan. Semakin lengkap dan spesifik informasi produk yang diberikan, semakin relevan pula hasil yang diperoleh. Dengan demikian, peserta tidak

hanya belajar menggunakan AI, tetapi juga belajar menyusun informasi produk secara lebih sistematis.

Kemampuan tersebut diharapkan dapat membantu Batik Mojo menghasilkan materi promosi secara lebih konsisten untuk Instagram, WhatsApp, maupun media digital lainnya. Caption yang dihasilkan AI tetap perlu diperiksa dan diedit sebelum dipublikasikan agar informasi harga, ukuran, bahan, ketersediaan, dan detail produk benar-benar sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Permasalahan lain yang dihadapi Batik Mojo adalah keterbatasan dalam menghasilkan ide konten secara rutin. Media sosial membutuhkan pembaruan secara berkala agar hubungan dengan pelanggan tetap terjaga. Namun, bagi UMKM dengan sumber daya manusia yang terbatas, menyusun ide konten setiap hari atau setiap minggu dapat menjadi pekerjaan tambahan yang cukup menyita waktu.

Untuk mengatasi hal tersebut, peserta diberikan praktik penyusunan ide konten bulanan menggunakan Generative AI. Peserta belajar memberikan informasi mengenai jenis usaha, karakter produk, target pasar, media sosial yang digunakan, serta tujuan pemasaran. Berdasarkan informasi tersebut, AI dapat membantu menghasilkan berbagai alternatif tema konten.

Ide konten yang dikembangkan tidak hanya berfokus pada penjualan langsung. Peserta diarahkan untuk membuat konten yang lebih beragam, misalnya konten pengenalan produk, cerita di balik motif batik, proses produksi, edukasi mengenai batik, tips memilih batik, kombinasi pakaian batik, dokumentasi kegiatan produksi, testimoni pelanggan, informasi pemesanan, hingga konten promosi pada momentum tertentu.

Melalui praktik ini, peserta memperoleh gambaran mengenai bagaimana konten dapat disusun dalam kalender pemasaran sederhana. Misalnya, satu minggu dapat difokuskan pada pengenalan produk, minggu berikutnya pada edukasi, kemudian dilanjutkan dengan konten interaksi dengan pelanggan dan promosi. Pola tersebut dapat disesuaikan kembali dengan kondisi produksi dan ketersediaan waktu UMKM.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Generative AI dapat membantu mengurangi hambatan dalam mencari ide konten. Peserta tidak lagi harus memulai dari halaman kosong ketika ingin membuat materi promosi. AI dapat digunakan untuk menghasilkan ide awal yang kemudian dipilih, diperbaiki, dan disesuaikan dengan kebutuhan Batik Mojo.

Pemanfaatan ini diharapkan dapat mendorong perubahan dari pola pemasaran yang sebelumnya bersifat spontan menjadi pemasaran yang lebih terencana dan konsisten. Dengan adanya perencanaan konten, UMKM dapat mempersiapkan materi lebih awal dan mengatur waktu produksi konten tanpa harus mengganggu aktivitas utama dalam menjalankan usaha.

Kegiatan berikutnya adalah praktik pembuatan deskripsi produk. Deskripsi produk memiliki peranan penting dalam pemasaran digital karena calon pelanggan tidak dapat melihat dan menyentuh produk secara langsung

seperti ketika berbelanja di toko fisik. Oleh sebab itu, informasi mengenai produk harus disampaikan dengan jelas, menarik, dan mudah dipahami.

Dalam praktik, peserta belajar mengembangkan deskripsi produk berdasarkan karakteristik masing-masing produk Batik Mojo. Informasi yang dapat digunakan antara lain jenis produk, bahan, motif, warna, ukuran, karakter kain, penggunaan produk, keunggulan, serta informasi perawatan. Generative AI kemudian digunakan untuk membantu menyusun informasi tersebut menjadi teks deskripsi yang lebih terstruktur.

Peserta juga belajar membuat beberapa versi deskripsi berdasarkan kebutuhan platform. Deskripsi untuk katalog WhatsApp dapat dibuat lebih ringkas dan langsung pada informasi produk, sedangkan deskripsi untuk Instagram dapat dibuat lebih komunikatif dan memiliki unsur cerita. Untuk kebutuhan katalog digital atau marketplace, informasi produk dapat disusun dengan lebih lengkap sehingga membantu calon pelanggan memahami produk sebelum melakukan pembelian.

Dari praktik tersebut, peserta memperoleh pemahaman bahwa informasi produk yang lengkap dapat meningkatkan kualitas komunikasi dengan pelanggan. Deskripsi yang baik juga dapat mengurangi pertanyaan berulang mengenai spesifikasi produk karena informasi dasar sudah tersedia pada materi promosi.

Penggunaan Generative AI dalam tahap ini menjadi alat bantu untuk mempercepat penyusunan teks. Namun, peserta tetap diarahkan untuk melakukan pengecekan secara manual karena AI dapat menghasilkan informasi yang tidak sesuai apabila data yang diberikan tidak lengkap. Oleh karena itu, informasi faktual mengenai bahan, ukuran, harga, motif, dan ketersediaan produk tetap harus berasal dari pihak UMKM.

Praktik yang menjadi salah satu bagian penting dalam kegiatan adalah visualisasi desain batik custom menggunakan Generative AI. Permintaan produk custom selama ini membutuhkan komunikasi yang cukup intensif antara pelanggan dan pihak UMKM. Pelanggan dapat menjelaskan motif, warna, pola, atau konsep yang diinginkan, tetapi tidak selalu mudah bagi pelanggan maupun produsen untuk membayangkan hasil akhirnya hanya melalui komunikasi teks atau gambar referensi.

Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada pemanfaatan Generative AI sebagai alat bantu untuk membuat gambaran awal desain berdasarkan konsep yang diberikan pelanggan. Peserta belajar menyusun deskripsi atau prompt yang memuat unsur-unsur desain, seperti jenis motif, komposisi, warna dominan, gaya visual, karakter batik, serta konteks penggunaan.

Visualisasi yang dihasilkan tidak dimaksudkan sebagai hasil akhir produksi, melainkan sebagai media komunikasi dan eksplorasi konsep. Dengan adanya visualisasi awal, pelanggan dapat melihat gambaran mengenai konsep yang dibicarakan dan memberikan masukan sebelum proses produksi dilakukan.

Pemanfaatan ini berpotensi membantu mengurangi kesalahpahaman dalam proses komunikasi. Jika pelanggan merasa ada warna atau motif yang belum sesuai, perubahan dapat didiskusikan sejak tahap konsep. Hal tersebut dapat menjadi lebih efisien dibandingkan melakukan perubahan setelah produk masuk ke tahap produksi.

Dalam praktiknya, peserta juga mendapatkan pemahaman bahwa visualisasi AI memiliki keterbatasan. Tidak semua desain yang dihasilkan AI dapat diwujudkan secara langsung dalam teknik produksi batik. Oleh karena itu, hasil visualisasi harus tetap mempertimbangkan kemampuan produksi, teknik membatik, jenis kain, kombinasi warna, serta karakteristik produk yang dimiliki Batik Mojo.

Secara umum, kegiatan memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menggunakan Generative AI untuk kebutuhan pemasaran UMKM. Peserta yang sebelumnya belum terbiasa menggunakan AI untuk kegiatan usaha mulai memahami bahwa teknologi tersebut dapat dimanfaatkan dalam pekerjaan yang sederhana dan dekat dengan aktivitas sehari-hari.

Peningkatan kemampuan terlihat dari kemampuan peserta dalam menyusun instruksi untuk menghasilkan konten, mengembangkan ide pemasaran, memperbaiki hasil tulisan, dan melakukan penyesuaian terhadap hasil yang diberikan AI. Peserta juga mulai memahami bahwa penggunaan AI membutuhkan proses trial and error. Hasil pertama yang diperoleh belum tentu langsung sesuai, sehingga diperlukan proses memberikan instruksi tambahan, memperjelas konteks, dan melakukan penyuntingan.

Hal ini menjadi salah satu hasil penting dari kegiatan karena keterampilan menggunakan Generative AI tidak hanya berkaitan dengan kemampuan membuka atau menggunakan aplikasi, tetapi juga kemampuan berkomunikasi dengan AI melalui instruksi yang tepat. Semakin jelas tujuan dan informasi yang diberikan, semakin besar peluang diperolehnya hasil yang sesuai kebutuhan.

Dari sisi pemasaran, kegiatan ini memberikan alternatif baru bagi Batik Mojo untuk mengembangkan strategi promosi yang lebih terencana. Sebelumnya, keterbatasan waktu dan sumber daya manusia menjadi salah satu hambatan dalam menghasilkan konten secara rutin. Dengan adanya Generative AI, beberapa pekerjaan awal dalam proses pembuatan konten dapat dilakukan dengan lebih cepat.

AI dapat membantu pada tahap pencarian ide, penyusunan konsep, pembuatan draf caption, pengembangan deskripsi produk, hingga eksplorasi konsep visual. Dengan demikian, waktu yang sebelumnya digunakan untuk memulai proses dari awal dapat dialihkan untuk melakukan penyuntingan, pengambilan foto produk, interaksi dengan pelanggan, maupun aktivitas produksi.

Penggunaan AI juga memberikan peluang bagi UMKM untuk menghasilkan variasi konten yang lebih banyak. Hal ini penting karena pemasaran digital tidak cukup hanya dilakukan dengan mengunggah foto

produk dan harga. Konsumen membutuhkan informasi, cerita, edukasi, serta alasan untuk tertarik dan berinteraksi dengan sebuah produk.

Dengan strategi konten yang lebih beragam, Batik Mojo diharapkan dapat membangun komunikasi yang lebih dekat dengan calon pelanggan. Konten mengenai proses pembuatan batik, cerita mengenai motif, aktivitas di balik produksi, hingga cerita pelanggan dapat membantu memperkuat nilai produk sebagai karya lokal dan bukan sekadar barang yang diperjualbelikan.

Selain pemasaran, penerapan Generative AI juga memberikan peluang untuk meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan yang menginginkan produk custom. Proses pemesanan custom biasanya membutuhkan beberapa kali komunikasi untuk menyamakan persepsi antara pelanggan dan produsen.

Dengan adanya visualisasi awal, proses tersebut dapat dibuat lebih terarah. Pelanggan dapat memberikan gambaran mengenai keinginannya, kemudian UMKM dapat membantu mengembangkan konsep tersebut menjadi visual awal. Setelah itu, pelanggan dapat memberikan masukan sebelum konsep diteruskan ke proses produksi.

Pendekatan ini berpotensi menghemat waktu komunikasi dan mengurangi risiko kesalahan persepsi. Bagi UMKM, visualisasi juga dapat menjadi alat bantu untuk menjelaskan batasan produksi kepada pelanggan. Dengan demikian, pelanggan dapat memahami bahwa desain yang diinginkan perlu disesuaikan dengan teknik dan kemampuan produksi yang tersedia.

Hasil lain yang diperoleh dari kegiatan ini adalah meningkatnya wawasan peserta mengenai perkembangan teknologi digital. Pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan praktis, tetapi juga mendorong peserta untuk lebih terbuka terhadap pemanfaatan teknologi baru dalam kegiatan usaha.

Peserta memperoleh pemahaman bahwa transformasi digital UMKM tidak selalu harus dimulai dari penggunaan teknologi yang kompleks. Pemanfaatan teknologi dapat dimulai dari kebutuhan sederhana, seperti membuat caption yang lebih baik, merencanakan konten, menyusun deskripsi produk, atau membantu menjelaskan konsep desain kepada pelanggan.

Pendekatan tersebut membuat teknologi terasa lebih dekat dengan kebutuhan UMKM. Peserta dapat langsung melihat hubungan antara teknologi yang dipelajari dengan persoalan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha sehari-hari.

Salah satu manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya efisiensi dalam proses pembuatan konten. Sebelum memanfaatkan AI, proses membuat satu materi promosi dapat dimulai dari mencari ide, menentukan konsep tulisan, menyusun kalimat, kemudian melakukan revisi. Dengan bantuan Generative AI, beberapa tahapan tersebut dapat dilakukan secara lebih cepat.

Efisiensi tidak berarti seluruh proses pembuatan konten diserahkan kepada AI. Sebaliknya, AI digunakan sebagai asisten yang membantu menghasilkan draf dan alternatif. Keputusan akhir tetap berada pada pelaku UMKM. Dengan pendekatan tersebut, konten yang dihasilkan tetap memiliki

sentuhan manusia dan mencerminkan pengalaman nyata dari usaha Batik Mojo.

Hal ini penting karena keunggulan UMKM justru terletak pada cerita, pengalaman, proses produksi, dan kedekatan dengan pelanggan. Teknologi digunakan untuk membantu menyampaikan keunggulan tersebut dengan cara yang lebih menarik dan efisien.

Kegiatan pengabdian ini memiliki keterkaitan yang kuat dengan Sustainable Development Goals (SDGs). Pada SDG 9: Industry, Innovation and Infrastructure, kegiatan mendorong pemanfaatan inovasi teknologi digital untuk meningkatkan kemampuan UMKM dalam menjalankan kegiatan usaha. Generative AI menjadi salah satu bentuk teknologi yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung proses inovasi dan transformasi digital pada skala usaha mikro.

Kegiatan juga mendukung SDG 4: Quality Education, khususnya melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan literasi digital peserta. Pelatihan memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk memperoleh pengetahuan baru yang dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas ekonomi.

Selanjutnya, kegiatan memiliki keterkaitan dengan SDG 8: Decent Work and Economic Growth karena peningkatan kemampuan pemasaran dan efisiensi kerja berpotensi mendukung pertumbuhan usaha. Apabila pemasaran dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan pelayanan pelanggan menjadi lebih efektif, maka terdapat peluang untuk meningkatkan penjualan dan menjaga keberlanjutan usaha serta tenaga kerja yang terlibat di dalamnya.

Dalam konteks prioritas pembangunan nasional dan Asta Cita, kegiatan ini juga mendukung penguatan ekonomi rakyat melalui peningkatan daya saing UMKM. Pemanfaatan teknologi diarahkan bukan hanya untuk mengikuti perkembangan zaman, tetapi untuk membantu pelaku usaha lokal menjadi lebih mandiri, adaptif, dan mampu memanfaatkan peluang ekonomi digital.

Dalam pelaksanaan kegiatan, penggunaan Generative AI juga menunjukkan adanya beberapa hal yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah kebutuhan peserta untuk membiasakan diri menyusun instruksi secara jelas. Pada tahap awal, hasil yang diperoleh dari AI terkadang masih terlalu umum atau belum sesuai dengan kebutuhan produk. Kondisi tersebut kemudian menjadi bagian dari proses pembelajaran melalui perbaikan prompt dan pemberian informasi yang lebih spesifik.

Kendala lainnya adalah perlunya melakukan pengecekan terhadap hasil yang diberikan AI. AI dapat membantu menghasilkan tulisan dan visualisasi, tetapi tidak selalu memahami kondisi nyata suatu produk. Oleh sebab itu, peserta diarahkan untuk tetap melakukan verifikasi terhadap setiap informasi sebelum digunakan untuk kepentingan promosi.

Dalam konteks desain custom, peserta juga memahami bahwa hasil visual AI bukan merupakan jaminan bahwa desain tersebut dapat direalisasikan secara identik dalam proses produksi. Oleh karena itu, hasil AI ditempatkan

sebagai referensi atau prototipe visual yang selanjutnya harus disesuaikan dengan kemampuan produksi Batik Mojo.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini telah memberikan pengalaman dan pengetahuan praktis kepada UMKM Batik Mojo mengenai pemanfaatan Generative AI dalam mendukung pemasaran digital. Empat fokus praktik utama, yaitu caption promosi, ide konten bulanan, deskripsi produk, dan visualisasi desain batik custom, memberikan gambaran nyata mengenai bagaimana teknologi dapat digunakan untuk menjawab kebutuhan usaha.

Kegiatan juga berhasil memperlihatkan bahwa penerapan teknologi tidak harus dilakukan melalui sistem yang rumit. Dengan perangkat dan media digital yang sudah digunakan oleh UMKM, seperti WhatsApp dan Instagram, Generative AI dapat dimanfaatkan sebagai teknologi pendukung untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi proses pemasaran.



Gambar 2. Foto kegiatan bersama tim

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjudul “Pelatihan Penerapan Teknologi Generative Artificial Intelligence untuk Optimalisasi Pemasaran Digital Produk UMKM Batik Mojo”, terdapat tiga indikator penerapan IPTEK yang menunjukkan peningkatan kemampuan mitra setelah pelaksanaan pelatihan.

Pertama, kemampuan mitra menggunakan teknologi Generative Artificial Intelligence (GenAI) dalam pembuatan konten pemasaran. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa skor kemampuan mitra meningkat dari 70 sebelum pelatihan menjadi 90 setelah pelatihan, atau naik sebesar 20 poin. Peningkatan ini menunjukkan berkembangnya kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi GenAI untuk menghasilkan ide promosi, menyusun deskripsi produk, membuat teks pemasaran, serta mengembangkan desain visual dan materi promosi digital. Penerapan teknologi ini membantu mitra dalam menyediakan variasi konten pemasaran yang lebih kreatif dan informatif untuk produk Batik Mojo. Dengan demikian, GenAI berpotensi menjadi solusi

pendukung bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas materi promosi sekaligus mempermudah proses produksi konten digital.

Kedua, peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam memanfaatkan GenAI untuk pemasaran digital. Skor evaluasi meningkat dari 72 sebelum pelatihan menjadi 94 setelah pelatihan, atau naik sebesar 22 poin. Hasil ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra dalam menyusun perintah (prompt) yang efektif, menghasilkan konten sesuai karakteristik produk, serta menyunting hasil generasi AI agar selaras dengan identitas merek Batik Mojo. Peningkatan keterampilan tersebut menjadi aspek penting karena pemanfaatan GenAI tidak hanya bergantung pada kemampuan menghasilkan konten, tetapi juga pada ketepatan instruksi dan kemampuan mengevaluasi hasilnya. Melalui keterampilan ini, mitra diharapkan mampu menghasilkan materi pemasaran yang lebih relevan, konsisten, dan mencerminkan keunikan produk batik lokal.

Ketiga, peningkatan kemampuan mitra dalam memproduksi dan mengelola konten pemasaran secara mandiri. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa skor kemampuan mitra meningkat dari 65 sebelum pelatihan menjadi 90 setelah pelatihan, atau naik sebesar 25 poin. Peningkatan ini merupakan kenaikan poin terbesar di antara ketiga indikator yang diukur. Hasil tersebut menunjukkan adanya perkembangan kapasitas mitra dalam memanfaatkan teknologi GenAI untuk mendukung produksi konten secara mandiri, menjaga konsistensi publikasi, dan mempercepat proses pembuatan materi promosi. Kemampuan tersebut diharapkan dapat mengurangi ketergantungan mitra pada pihak eksternal dalam penyediaan konten pemasaran serta mendukung keberlanjutan aktivitas promosi digital UMKM Batik Mojo.

Secara keseluruhan, ketiga indikator menunjukkan tren peningkatan setelah pelaksanaan pelatihan. Skor kemampuan penggunaan GenAI meningkat dari 70 menjadi 90, keterampilan penyusunan prompt dan penyuntingan konten meningkat dari 72 menjadi 94, sedangkan kemampuan produksi dan pengelolaan konten secara mandiri meningkat dari 65 menjadi 90.

Rata-rata skor ketiga indikator meningkat dari 69 menjadi 91,33, atau naik sebesar 22,33 poin. Hasil ini mengindikasikan bahwa pelatihan penerapan GenAI memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pengetahuan dan keterampilan digital mitra. Penerapan IPTEK melalui teknologi GenAI berpotensi mendukung transformasi pemasaran digital UMKM Batik Mojo melalui produksi konten yang lebih efektif, kreatif, dan berkelanjutan.

SIMPULAN

Dengan demikian, hasil kegiatan menunjukkan bahwa Generative AI memiliki potensi sebagai alat bantu praktis untuk meningkatkan kapasitas pemasaran dan pelayanan UMKM Batik Mojo. Teknologi ini dapat membantu mempercepat proses penciptaan konten, memperbanyak alternatif ide promosi, menyederhanakan penyusunan informasi produk, serta membantu proses komunikasi visual dalam pemesanan custom. Meskipun demikian, keberhasilan

penerapannya tetap bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam memberikan informasi yang tepat, melakukan evaluasi terhadap hasil AI, serta mempertahankan unsur kreativitas dan identitas produk lokal. Pada akhirnya, kegiatan ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek berupa peningkatan pengetahuan peserta, tetapi juga menjadi dasar bagi Batik Mojo untuk melakukan transformasi pemasaran secara bertahap. Dengan pemanfaatan teknologi yang konsisten, didukung kreativitas pelaku usaha dan pemahaman terhadap kebutuhan pelanggan, Batik Mojo memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing produk, memperbaiki kualitas pelayanan, dan menjaga keberlanjutan usaha di tengah perubahan lingkungan bisnis digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada P3M Politeknik Negeri Malang yang telah memberikan pendanaan kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

Adetya, R., & Awaluddin, S. P. (2025). Konten Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Pada Kedai Kopi Dikabupaten Sintang: Konten Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Pada Kedai Kopi Dikabupaten Sintang. *BUGIS: Journal of Business, Technology, & Social Science*, *3*(3), 1–10.

An'ars, M. G., Hendrastuty, N., Damayanti, D., & Putra, A. D. (2023). Perancangan teks promosi UMKM Sikop Arrum Batik menggunakan program berbasis AI ChatGPT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) TABIKPUN*, *4*(1), 11–18.

Hamni, A. (2013). Potensi pengembangan teknologi proses produksi kopi Lampung. *MECHANICAL*, *4*(1).

Hana, L., & Gumelar, M. S. (2025). C. 04-AI dan Batik: Sinergi Tradisi dan Teknologi. *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan Dan Batik*, *7*(1), C–04.

Hikmah, F., & Suakanto, S. (2026). Peran Artificial Intelligence Dalam Usaha Kecil Dan Menengah: Systematic Literature Review (SLR). *Jurnal Education And Development*, *14*(1), 746–751.

Iskandar, I., Parlindungan, R., Panjaitan, M. N., & Alfian, R. (2025). Strategi digital marketing keberlanjutan dalam memanfaatkan AI kepada UMKM Kuliner tahun 2024-2025 di Kota Medan, Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Sosial, Humaniora, Dan Teknologi*, *3*(1), 1065–1071.

Kholijah, S., Utami, F., Nisa, A. N., Kotimah, S., Putpitasari, N., & Hastuti, N. (2025). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Kopi Kalangan. *Khidmah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *3*(1), 29–33.

Kudiya, K., Sumintono, B., & Atik, S. K. (2026). Human–AI Co-Creation in Traditional Craft: Generative Artificial Intelligence for Batik Design

Innovation in Indonesian Creative Communities. *Glosains: Jurnal Sains Global Indonesia*, *7*(3), 888–905.

Kuntoro, C. D., Kifayah, M. N., & Fadilah, R. T. (2026). Analisis Kualitatif Transformasi Strategi Pemasaran UMKM Melalui Pemanfaatan Generative AI Video pada Produk Parfum. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, *2*(1), 2760–2765.

Marlinda, L., Falgenti, K., & Mahendra, I. (2024). Pelatihan Generative Artificial Intelligence Untuk Pekerja Perempuan Di Fatayat NU Tangerang. *Publikasi Pengabdian Masyarakat Komputer Dan Teknologi (PUNDIMASKOT)*, *3*(2), 1–7.

Niravita, A., Waspiah, W., Latifiani, D., Novita, Y. D., Fikri, M. A. H., Ningsih, A. S., & Nugroho, H. (2024). Peningkataan Kapasitas dan Daya Saing UMKM Kopi Di Kabupaten Temanggung Melalui Legalitas Usaha. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *5*(4), 4653–4664.

Nurmadewi, D., Lucyanda, J., Jailani, Z. F., Febriyanti, A., & Saputra, R. (2026). Integrasi digital storytelling dan artificial intelligence untuk inovasi desain dan komunikasi pemasaran batik. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, *7*(4), 1051–1059.

Pratiwi, D. S., & Prambudia, Y. (2026). Pemberdayaan Kampung Adat Cireundeu melalui Inovasi Motif Batik Berbasis Budaya dan AI. *Aksiologiya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *10*(2), 849–867.

Remawati, D., Putri, A. D. H. P., Sulistiyowati, A., Fionarizoca, A., & Atmojo, H. (2026). Pelatihan Pemanfaatan ChatGPT OpenAI Untuk Konten Promosi Pada Komunitas Batik Ciprat Difabel Gadingan Desa Jombor Bendosari Sukoharjo. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat (JURIBMAS)*, *5*(2), 1515–1523.

Rianto, R., Sela, E. I., & Wening, N. (2024). Teknologi kecerdasan buatan untuk mengembangkan desain motif batik kontemporer. *Jurnal ABDI RAKYAT*, *1*(2), 107–113.

Rosyadah, K., & Wikartika, I. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Digital Pada UMKM Kopi Murni Pak Tuwo Sebagai Upaya Peningkatan Penjualan Produk. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, *4*(3), 1894–1901.

Rukmana, O. (2025). Pemanfaatan Generative AI untuk Pemasaran Berkelanjutan UMKM. *Gagasan Akademisi Maroon Untuk Negeri*, 98.

Samsuriyanto, S. (2026). Dari fitrah ke algoritma: rekonfigurasi komunikasi Islam dan otoritas estetika dalam batik berbasis AI. *Canting: Jurnal Batik Indonesia*, *3*(2), 19–30.

Setyowati, B. L., Ardhianto, P., Dukut, E. M., & Diasti, K. S. (2026). The Pemberdayaan Komunitas Kreatif Kampung Batik Semarang Melalui Edukasi AI Motif Batik Berbasis Kearifan Lokal. *Sendimas 2021-Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, *11*(1), 313–321.

Yanti, V. Y., Kurniawan, A. A., Aprilia, E., & Fadila, F. (2026). Pemberdayaan UMKM Batik Melalui Artificial Intelligence untuk Penguatan Visual

Branding dan Promosi Digital. *Jurnal Pengabdian Pendidikan Masyarakat (JPPM)*, *7*(2), 529–536.

Zulfaidil, Z., Brahmana, D. Y. F. S., Sutoyo, P. A., & Wahyuni, S. (2026). Batik fraktal digital: transformasi motif tenun sulawesi tenggara melalui pemodelan geometri dan kecerdasan buatan (AI). *Canting: Jurnal Batik Indonesia*, *3*(1), 12–31.