

Pemanfaatan AI Dalam Branding dan Pemasaran UMKM

Agus Purnomo Sidi^{1*}, Ahmad Nizar Yogatama², Widiya Dewi Anjaningrum³, Justita Dura⁴, Fadilla Cahyaningtyas⁵

^{1,2,3,4,5}Institut Teknologi dan Bisnis Asia, Malang

Email: agusps@asia.ac.id^{1*}

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memanfaatkan AI dalam mendukung UMKM di Kelurahan Bunulrejo dengan menggunakan AI untuk membuat logo yang meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis. Pengabdian masyarakat ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM untuk memahami kebutuhan desain logo mereka. Aplikasi ChatGPT kemudian digunakan untuk membuat desain logo berdasarkan informasi yang dikumpulkan. Logo dievaluasi dan direvisi secara berulang berdasarkan umpan balik dari UMKM. ChatGPT menghasilkan beberapa alternatif desain logo untuk setiap UMKM, yang kemudian dievaluasi dan disesuaikan menurut umpan balik pemilik. Proses ini mencakup beberapa revisi untuk mengatasi masalah seperti gambar yang tidak jelas, warna yang tidak sesuai, dan elemen yang tidak perlu, memastikan desain akhir menarik secara visual dan selaras dengan identitas bisnis. Penggunaan AI, khususnya ChatGPT, secara signifikan mendukung UMKM dalam pencitraan merek dan pemasaran, menawarkan manfaat langsung dan wawasan berharga untuk aplikasi AI di masa mendatang dalam mendukung usaha kecil.

Keywords: Branding, Logo usaha, Pemasaran, UMKM

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, kecerdasan buatan (Artificial Intelligence, AI) telah mengubah banyak aspek kehidupan dan bisnis secara global. Transformasi ini tidak hanya terbatas pada perusahaan besar dengan sumber daya melimpah, tetapi juga telah merambah ke dalam operasional usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di Indonesia, di mana UMKM berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja, penerapan AI menawarkan potensi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing bisnis.

Perkembangan teknologi AI telah memungkinkan bisnis untuk menganalisis data besar dengan cepat dan akurat, mengotomatisasi proses operasional, dan meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam konteks UMKM, ini berarti kemampuan untuk berkompetisi di pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dan dengan kecepatan yang lebih tinggi. Misalnya, AI dapat digunakan untuk mengoptimalkan manajemen inventori, mempersonalisasi pemasaran, dan bahkan mengambil keputusan strategis berdasarkan wawasan data yang akurat (Fadillah et al., 2021; Prasetya Nanda et al., 2023). Selain itu, algoritma prediktif dalam AI membantu UMKM dalam meramalkan tren pasar dan perilaku konsumen, sehingga memungkinkan mereka untuk menyesuaikan strategi bisnis mereka secara proaktif (Ngadi & Asiati, 2019).

Di Indonesia, pemanfaatan AI oleh UMKM masih dalam tahap berkembang. Meskipun ada tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi terkini dan kurangnya keahlian teknis, banyak UMKM telah mulai mengadopsi solusi AI sederhana. Ini termasuk penggunaan chatbots untuk layanan pelanggan, sistem rekomendasi untuk peningkatan penjualan, dan alat analisis data untuk memahami preferensi pelanggan. Pengadopsian ini menandai langkah awal yang penting menuju transformasi digital yang lebih luas (Kamalia et al., 2020; Suhariyanto, 2023).

Pemanfaatan AI juga membantu UMKM dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan. Dengan teknologi seperti pemrosesan bahasa alami dan pembelajaran mesin, UMKM dapat menyediakan layanan pelanggan yang lebih responsif dan personal. Ini tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi juga memperkuat loyalitas pelanggan. AI juga memainkan peran kritis dalam optimasi rantai pasokan UMKM, memungkinkan mereka untuk mengurangi limbah, memperbaiki manajemen stok, dan mengurangi waktu tunggu untuk pengiriman (Khoiririni & Kartika, 2014).

Kemajuan ini, meskipun mengesankan, hanya mewakili permukaan dari apa yang dapat dicapai dengan AI di sektor UMKM. Dengan meningkatnya integrasi AI, UMKM di Indonesia memiliki kesempatan untuk tidak hanya memperbaiki operasi internal mereka tetapi juga untuk memperluas jangkauan mereka ke pasar baru secara nasional dan internasional. Dampak dari ini dapat menjadi transformasi ekonomi yang luas, memberikan dorongan yang kuat bagi pertumbuhan ekonomi nasional dan peningkatan kesejahteraan sosial (Ngadi & Asiati, 2019; Suhariyanto, 2023). UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam mengelola biaya operasional yang efisien, yang pada akhirnya dapat menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan mereka. Dalam konteks ini, kecerdasan buatan (AI) muncul sebagai teknologi yang berpotensi besar dalam membantu UMKM untuk meminimalisir biaya operasional dan meningkatkan produktivitas.

Biaya operasional yang tinggi, khususnya biaya tenaga kerja dan energi, sering menjadi beban bagi pemilik UMKM. Dalam banyak kasus, kegiatan yang membutuhkan tenaga kerja intensif dan penggunaan energi yang tidak efisien dapat mengikis margin keuntungan yang sudah tipis. AI menawarkan solusi melalui otomatisasi proses bisnis yang efisien, dari pengelolaan inventori hingga layanan pelanggan, yang dapat dilakukan dengan lebih cepat dan dengan kesalahan yang lebih sedikit (Sidi et al., 2024).

AI juga berperan dalam optimasi penggunaan energi dan sumber daya lainnya. Melalui penggunaan algoritme cerdas, UMKM dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi operasional, sehingga menekan biaya yang tidak perlu. Ini mencakup segala sesuatu

dari pengaturan suhu ruangan secara otomatis untuk menghemat energi hingga penerapan sistem logistik yang lebih efisien yang dapat mengurangi biaya bahan bakar dan waktu pengiriman. Lebih jauh lagi, AI dapat memfasilitasi analisis data besar untuk mengidentifikasi area di mana biaya dapat dikurangi tanpa mengorbankan kualitas produk atau layanan (Anjaningrum et al., 2023).

Dalam konteks inovasi dan inkubasi bisnis, model inkubasi bisnis kolaboratif telah terbukti meningkatkan inovasi dalam industri kreatif di Jawa Timur. Pendekatan ini memungkinkan UMKM untuk beradaptasi lebih baik terhadap perubahan teknologi dan pasar, sehingga meningkatkan daya saing mereka (Anjaningrum et al., 2023). Selain itu, pemasaran digital dan pemanfaatan modal intelektual memainkan peran penting dalam meningkatkan kinerja pemasaran UMKM, memungkinkan mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka (Sidi et al., 2019).

Mengingat potensi ini, sangat penting bagi pemangku kepentingan di Indonesia untuk mendukung integrasi AI dalam operasional UMKM. Dengan memberikan akses ke teknologi ini, serta pelatihan yang sesuai, UMKM dapat memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif, sekaligus meningkatkan kontribusi mereka terhadap ekonomi nasional.

METODE KEGIATAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam proses pembuatan desain logo untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kelurahan Bunulrejo. Sebanyak 15 UMKM yang berada di kelurahan tersebut berpartisipasi dalam kegiatan ini. Proses pelaksanaan terdiri dari beberapa tahapan utama, yakni pengumpulan data, pembuatan desain logo menggunakan aplikasi ChatGPT, serta evaluasi dan pemilihan logo oleh UMKM.

Tahap pertama adalah pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan para pelaku UMKM. Tim pengabdian mendatangi masing-masing UMKM untuk mengumpulkan informasi mengenai nama usaha dan harapan mereka terhadap desain logo yang diinginkan. Dalam wawancara ini, UMKM menyampaikan nama usaha dan aktivitas bisnis yang dijalankan. Setelah data terkumpul, tim pengabdian menggunakan aplikasi ChatGPT untuk membuat desain logo sesuai dengan nama dan permintaan yang telah disampaikan oleh UMKM. Aplikasi ini memungkinkan pembuatan desain logo yang variatif dan kreatif dengan cepat. Setiap UMKM diberikan dua hingga tiga alternatif desain logo yang berbeda, sesuai dengan informasi yang telah diberikan sebelumnya.

Tahap selanjutnya adalah penyampaian hasil desain logo kepada UMKM untuk evaluasi. Tim pengabdian kembali mendatangi UMKM untuk menunjukkan alternatif desain logo yang telah dibuat. UMKM diberi kesempatan untuk memberikan masukan dan memilih logo yang paling sesuai dengan harapan mereka. Proses ini memastikan bahwa logo yang dipilih benar-benar memenuhi kebutuhan dan preferensi masing-masing UMKM. Keseluruhan proses, mulai dari pengumpulan data hingga pemilihan logo, dilakukan tanpa dokumentasi formal. Pendekatan ini bertujuan untuk menjaga fleksibilitas dan kecepatan dalam pelayanan, sekaligus memastikan bahwa setiap UMKM mendapatkan perhatian penuh dari tim pengabdian selama sesi interaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam pembuatan desain logo untuk UMKM di Kelurahan Bunulrejo telah memberikan berbagai temuan yang signifikan. Hasil dari kegiatan ini tidak hanya mencakup keberhasilan dalam menghasilkan logo yang sesuai dengan harapan UMKM, tetapi juga mencerminkan dampak positif dari penggunaan teknologi AI dalam mendukung usaha kecil. Proses pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pelaku UMKM, pembuatan desain logo menggunakan aplikasi ChatGPT, hingga evaluasi dan revisi logo, semuanya berjalan dengan lancar dan efektif. Setiap tahap memberikan wawasan berharga mengenai bagaimana UMKM berinteraksi dengan teknologi baru dan bagaimana mereka dapat memanfaatkannya untuk memperkuat identitas merek mereka.

Dari pengumpulan kelompok usaha yang dilakukan oleh Tim Pengabdian, terdapat 26 UMKM yang terdaftar. Namun karena keterbatasan waktu dan sumber daya dari Tim Pengabdian, terdapat 9 pelaku usaha yang dapat difasilitasi dalam pembuatan logo. Pemilihan peserta UMKM berdasarkan pendaftar tercepat. Daftar UMKM yang dilayani oleh Tim Pengabdian dapat ditampilkan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Daftar UMKM

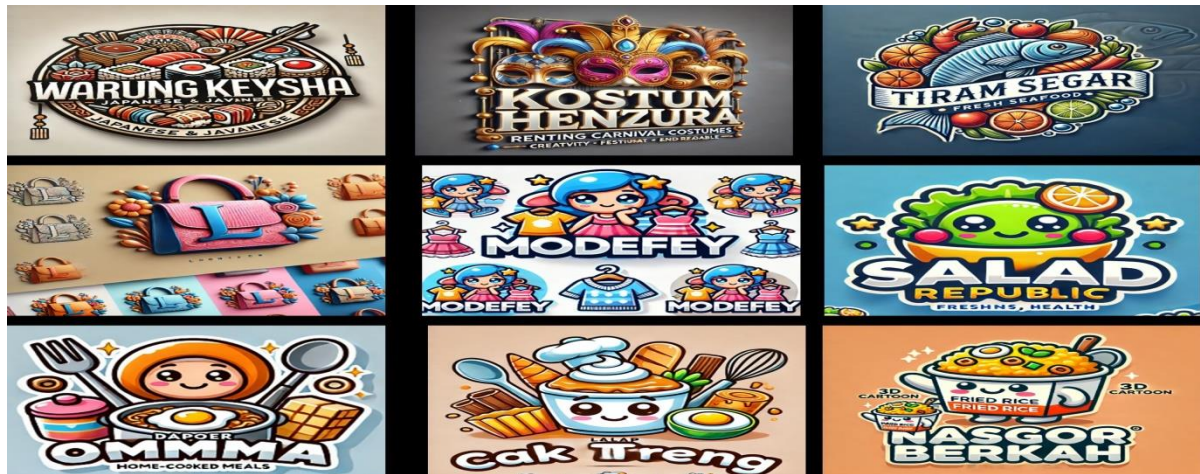
No	Nama UMKM	Bidang Usaha
1	Warung Keysha	Kuliner
2	Dapoer Omma	Kuliner
3	Salad Republik	Kuliner
4	Nasgor Berkah	Kuliner
5	Modefey	Garmen
6	Lalap Cak Treng	Kuliner
7	Spidey Bag	Produsen tas
8	Tiram Segar	Agribis
9	Kostum HenZura	Persewaan Kostum

Setelah Tim Pengabdi melakukan rekapitulasi nama-nama usaha yang akan dibuatkan logo, langkah selanjutnya adalah memanfaatkan teknologi AI, khususnya aplikasi ChatGPT, dalam proses pembuatan logo tersebut. Penggunaan aplikasi ChatGPT dalam pembuatan logo merupakan hal yang semakin umum dilakukan, namun tetap menghadirkan tantangan tersendiri. Salah satu tantangan utama adalah memasukkan prompt yang tepat agar hasil logo yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pemilik usaha. Prompt yang baik harus dapat mengarahkan AI untuk menghasilkan desain yang relevan, menarik, dan sesuai dengan karakteristik UMKM yang bersangkutan.

Dalam proses memasukkan prompt, Tim Pengabdi perlu mempertimbangkan berbagai aspek, seperti jenis usaha, target pasar, dan nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui logo. Misalnya, usaha makanan mungkin membutuhkan logo yang lebih ceria dan menarik, sedangkan usaha jasa profesional memerlukan logo yang lebih serius dan elegan. Tim Pengabdi berusaha menggali informasi ini dari pemilik usaha untuk memastikan bahwa prompt yang dimasukkan ke ChatGPT benar-benar mencerminkan kebutuhan mereka.

Setelah prompt awal dimasukkan, ChatGPT akan menghasilkan desain logo pertama. Hasil ini kemudian dianalisis oleh Tim Pengabdi untuk menilai sejauh mana logo tersebut memenuhi harapan pemilik usaha. Sering kali, hasil awal ini memerlukan penyesuaian lebih lanjut. Oleh karena itu, Tim Pengabdi melakukan beberapa kali percobaan, mengubah dan menyempurnakan prompt berdasarkan umpan balik dari hasil sebelumnya. Proses ini bersifat iteratif dan memerlukan kesabaran serta ketelitian.

Dari beberapa kali perubahan prompt, didapatkan berbagai hasil logo baru yang kemudian diusulkan kepada pemilik usaha. Setiap hasil yang dihasilkan oleh ChatGPT disimpan dan dianalisis oleh Tim Pengabdi untuk menentukan apakah logo tersebut sudah memenuhi kriteria yang diinginkan. Semua logo yang dihasilkan selama proses ini disajikan dalam Gambar 1, yang menampilkan variasi desain yang dihasilkan dari berbagai prompt yang telah dicoba. Penyajian ini memberikan gambaran visual tentang kreativitas dan fleksibilitas ChatGPT dalam menghasilkan berbagai desain.



Gambar 1. Hasil logo

Tidak semua logo yang dihasilkan oleh ChatGPT langsung bisa digunakan. Sering kali, logo yang dihasilkan memerlukan beberapa kali penyesuaian agar sesuai dengan harapan pemilik usaha. Penyesuaian ini bisa meliputi perubahan pada elemen-elemen tertentu dalam logo, seperti warna, bentuk, dan tata letak. Dalam beberapa kasus, Tim Pengabdi harus mengubah elemen desain secara signifikan untuk mencapai hasil yang memuaskan. Proses ini menunjukkan pentingnya fleksibilitas dan kesabaran dalam bekerja dengan teknologi AI.

Kesalahan-kesalahan yang sering muncul dalam logo yang dihasilkan oleh ChatGPT termasuk gambar yang tidak jelas, munculnya karakter-karakter yang tidak dibutuhkan, dan pemilihan warna yang kurang sesuai. Gambar yang tidak jelas bisa disebabkan oleh prompt yang kurang spesifik atau terlalu umum. Munculnya karakter-karakter yang tidak dibutuhkan sering kali terjadi ketika instruksi dalam prompt tidak cukup jelas atau ambigu. Sementara itu, pemilihan warna yang kurang sesuai bisa terjadi ketika ChatGPT tidak mendapatkan cukup informasi tentang preferensi warna dari pemilik usaha.

Untuk mengatasi kesalahan-kesalahan tersebut, Tim Pengabdi melakukan revisi terhadap prompt dengan memberikan instruksi yang lebih rinci dan spesifik. Misalnya, jika gambar yang dihasilkan tidak jelas, Tim Pengabdi akan memasukkan deskripsi yang lebih detail tentang elemen visual yang diinginkan. Jika warna tidak sesuai, instruksi mengenai palet warna yang diinginkan akan ditambahkan. Proses ini membantu meningkatkan kualitas hasil yang dihasilkan oleh ChatGPT dan memastikan bahwa desain logo semakin mendekati harapan pemilik usaha.

Selain itu, Tim Pengabdi juga berkomunikasi secara intensif dengan pemilik usaha untuk mendapatkan masukan yang lebih mendetail tentang preferensi dan kebutuhan mereka. Setiap sesi interaksi memberikan wawasan baru yang berguna dalam menyesuaikan prompt. Proses komunikasi ini sangat penting untuk membangun pemahaman yang lebih baik tentang apa

yang diinginkan oleh pemilik usaha dan bagaimana cara terbaik untuk mewujudkannya dalam desain logo.

Setelah serangkaian revisi dan penyesuaian, Tim Pengabdi berhasil menghasilkan logo yang sesuai dengan harapan pemilik usaha. Logo final ini kemudian diserahkan kepada pemilik usaha dalam format digital yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti branding, pemasaran, dan materi promosi. Selain itu, Tim Pengabdi juga memberikan panduan penggunaan logo, termasuk warna, font, dan elemen desain lainnya, untuk memastikan konsistensi dalam penggunaan logo di berbagai media. Dan keseluruhan logo yang dihasilkan oleh ChatGPT ditampilkan pada Gambar 1.

Keseluruhan proses, mulai dari rekapitulasi nama-nama usaha hingga penyerahan logo final, menunjukkan bahwa teknologi AI, khususnya ChatGPT, dapat menjadi alat yang sangat efektif dalam mendukung UMKM. Proses iteratif yang melibatkan pengumpulan informasi, pembuatan desain, dan penyesuaian berdasarkan umpan balik, memastikan bahwa setiap logo yang dihasilkan benar-benar memenuhi kebutuhan dan preferensi pemilik usaha. Pengalaman ini memberikan wawasan berharga bagi Tim Pengabdi dan membuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut dalam proyek-proyek pengabdian berikutnya.

Pengabdian ini menunjukkan bahwa teknologi AI dapat menjadi alat yang efektif dalam mendukung UMKM, khususnya dalam aspek branding dan pemasaran. Dengan menggunakan aplikasi ChatGPT, proses pembuatan desain logo dapat dilakukan dengan lebih efisien dan kreatif, memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM di Kelurahan Bunulrejo. Hasil dari pengabdian ini diharapkan dapat memberikan inspirasi bagi penerapan teknologi serupa di wilayah lain dan sektor lainnya, serta mendorong inovasi lebih lanjut dalam penggunaan AI untuk mendukung UMKM.

KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini telah berhasil menunjukkan bahwa teknologi kecerdasan buatan (AI), khususnya melalui penggunaan aplikasi ChatGPT, dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung UMKM di Kelurahan Bunulrejo dalam aspek branding dan pemasaran. Melalui proses yang melibatkan pengumpulan data, pembuatan desain logo, serta evaluasi dan revisi berdasarkan umpan balik dari pemilik usaha, Tim Pengabdi mampu menghasilkan logo yang memenuhi kebutuhan dan preferensi setiap UMKM. Proses iteratif ini memperlihatkan bahwa fleksibilitas dan kemampuan untuk menyesuaikan prompt secara efektif sangat penting dalam memanfaatkan teknologi AI untuk desain grafis.

Hasil pengabdian ini juga mengungkapkan bahwa meskipun teknologi AI dapat mempercepat dan memperkaya proses desain, keberhasilan akhir sangat bergantung pada interaksi manusia yang memastikan bahwa hasil yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan identitas usaha. Komunikasi yang intensif dan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan UMKM menjadi kunci utama dalam menghasilkan logo yang tepat dan memuaskan. Pengalaman yang diperoleh dari pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi UMKM yang terlibat, tetapi juga menawarkan wawasan berharga untuk pengembangan lebih lanjut dalam penggunaan teknologi AI untuk mendukung usaha kecil di berbagai wilayah dan sektor lainnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Institut teknologi dan Bisnis Asia Malang atas bantuan dukungan yang diberikan sehingga pengabdian dan naskah ini bisa tersusun dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjaningrum, W. D., Sidi, A. P., Yogatama, A. N., Hermawati, A., & Suci, R. P. (2023). The Collaborative Business Incubation Model And Its Impact On Creative Industries Innovation In East Java, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(1), 90–98. <https://doi.org/10.32815/JIBEKA.V17I1.1373>
- Fadillah, R., Iqbal Fasa, M., & Islam Negeri Raden Intan Lampung, U. (2021). Digital Economic Transformation : Optimalisasi Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm. *Manor: Jurnal Manajemen Dan Organisasi Review*, 3(2), 123–135. <https://doi.org/10.47354/MJO.V3I2.303>
- Kamalia, A., Akuntansi, M., Ekonomika, F., & Bisnis, D. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keinginan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Menerima SAK EMKM (Studi pada UMKM di Kabupaten Kudus). *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 5(1). <https://doi.org/10.22146/ABIS.V5I1.59294>
- Khoirrini, L., & Kartika, L. (2014). Pengaruh Modal Insani dan Modal Sosial terhadap Kinerja (Studi Kasus Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Makanan dan Minuman Kota Bogor). *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 5(3), 244–257. <https://doi.org/10.29244/JMO.V5I3.12174>
- Ngadi, N., & Asiati, D. (2019). TEKNOLOGI DIGITAL DAN KUALITAS TENAGA KERJA PADA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH DI YOGYAKARTA. *Jurnal Sositelknologi*, 18(2), 220–231. <https://doi.org/10.5614/SOSTEK.ITBJ.2019.18.2.6>
- Prasetya Nanda, A., Elisabet Yunaeti Anggraeni, E. Y. A., Tati, S. H., Widiyanto, W., & Mardiyanto, M. (2023). Penerapan Teknologi Informasi pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Gisting. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Tapis Berseri (JPMTB)*, 2(1), 68–72. <https://doi.org/10.36448/JPMTB.V2I1.46>
- Sidi, A. P., Citaningtyas, D., Kadi, A., & Santoso, R. (2024). Pelaku UMKM Industri Kreatif di Jawa Timur Sadar Pentingnya Inovasi Dalam Menghadapi Disrupsi Teknologi. *RELASI: JURNAL EKONOMI*, 20(1), 128–140. <https://doi.org/10.31967/RELASI.V20I1.985>



- Sidi, A. P., Yogatama, A. N., Penulis, N., Agus, :, & Sidi, P. (2019). Mediasi Intellectual Capital atas Pengaruh Digital Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran. *IQTISHODUNA*, 15(2), 129–152. <https://doi.org/10.18860/IQ.V15I2.7592>
- Suhariyanto, D. (2023). Pelatihan Pengelolaan SDM di Era Digital pada UMKM. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 27–32. <https://doi.org/10.59561/SABAJAYA.V1I2.16>.