



MEMPERKUAT BISNIS DI ERA DIGITAL: STRATEGI KEBERLANJUTAN DENGAN INOVASI DIGITAL DAN KECERDASAN BUATAN

Yenny Wati^{*)1}, Yusrizal², Mimi Lientesa Irman³, Fitri Yani⁴, Novita Yulia Putri⁵
^{1,2,3,4}Akuntansi, Fakultas Bisnis, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Indonesia
⁵Manajemen, Fakultas Bisnis, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia, Indonesia

^{*)}Corresponding author, ✉ yenny.wati@lecturer.pelitaindonesia.ac.id

Revisi 20/11/2025
Diterima 01/12/2025
Publish 31/12/2025

Kata kunci: Inovasi Digital, Kecerdasan Buatan (AI), Keberlanjutan Bisnis

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan secara daring pada 4 Oktober 2025, telah berhasil mencapai tujuannya dalam mengatasi tantangan disrupsi global dan rendahnya pemahaman pelaku usaha serta sivitas akademika mitra mengenai inovasi digital dan kecerdasan buatan (AI). Hal ini akan menyebabkan bisnis kesulitan mempertahankan keberlanjutan, kehilangan daya saing, dan tertinggal dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat di era digital. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kapasitas mitra dari Cendekia Community dan Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia dalam memanfaatkan inovasi digital dan AI untuk keberlanjutan bisnis. Metode pelaksanaan daring melibatkan sosialisasi dan lokakarya interaktif dengan mitra utama Cendekia Community dan Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia serta partisipasi dari 90 orang peserta. Evaluasi dilakukan melalui pre-test, post-test, angket umpan balik, dan wawancara. Hasil yang dicapai sangat positif yakni terdapat peningkatan hardskill (pengetahuan) sebesar 45% berdasarkan post-test, dan 87% peserta menunjukkan peningkatan softskill (kepercayaan diri dan motivasi) untuk menerapkan teknologi. Kegiatan ini berhasil mendorong intensi adopsi alat digital dan AI, berkontribusi pada peningkatan efisiensi operasional dan nilai ekonomis bagi peserta.



This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author(s)

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini dihadapkan pada disrupsi masif yang bersumber dari perubahan teknologi yang sangat cepat, ketidakpastian ekonomi global, dan tantangan lingkungan yang tak terduga

(Alamin et al., 2022; Nova et al., 2024). Era digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental, menuntut setiap entitas usaha, dari skala mikro hingga korporasi besar, untuk mengadopsi inovasi digital demi mempertahankan relevansi dan daya saing (Farida et al., 2025; Novrijal, 2024). Kehadiran teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), analitik data, dan otomasi telah menjadi faktor penentu keberlangsungan bisnis, bukan lagi sekadar pilihan, sehingga organisasi yang lambat dalam beradaptasi berisiko tertinggal atau bahkan gulung tikar (Ingriana et al., 2024; Maihani et al., 2023; Priyadi et al., 2023).

Mitra kami, yang terdiri dari pelaku usaha di bawah naungan Cendekia Community dan mahasiswa serta sivitas akademika Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia, menghadapi tantangan signifikan dalam mengintegrasikan inovasi digital dan kecerdasan buatan ke dalam operasional bisnis mereka. Banyak di antara mereka yang belum sepenuhnya memahami potensi penuh teknologi ini untuk memperkuat keberlanjutan bisnis, baik dalam aspek operasional, pemasaran, maupun pengambilan keputusan strategis. Kesenjangan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan teknologi digital dan AI ini menjadi hambatan utama bagi pertumbuhan dan ketahanan usaha mereka di tengah persaingan yang semakin ketat dan lanskap bisnis yang terus berubah (Dawis et al., 2024; Hidayat et al., 2023). Oleh karena itu, pengabdian ini menjadi krusial untuk membekali mereka dengan pengetahuan dan alat yang relevan.

Beberapa penelitian terbaru secara konsisten menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dan kecerdasan buatan memiliki korelasi positif yang signifikan dengan peningkatan resiliensi dan keberlanjutan bisnis, terutama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Amalia, 2023; Sandra et al., 2025). Studi oleh Suhaeli et al. (2024) menyoroti bagaimana UMKM yang mengimplementasikan strategi digitalisasi yang komprehensif berhasil mempertahankan operasional mereka dan bahkan menemukan peluang pertumbuhan baru selama krisis ekonomi. Demikian pula, riset oleh Sunandi & Wahyuni (2024) menguraikan bagaimana integrasi AI dalam proses bisnis dapat mengoptimalkan efisiensi, mengurangi biaya operasional, dan mempercepat inovasi produk dan layanan.

Dukungan terhadap inisiatif ini juga diperkuat oleh kebijakan pemerintah Indonesia yang secara aktif mendorong percepatan transformasi digital dan pengembangan ekonomi berbasis inovasi (Kirana et al., 2023; Syafi'i et al., 2023). Program seperti *Making Indonesia 4.0* dan berbagai kebijakan pengembangan ekosistem digital nasional menjadi landasan kuat bagi kegiatan ini (Saepulloh & Susila, 2021). Pemerintah melalui Kementerian Koperasi dan UKM, serta Kementerian Komunikasi dan Informatika, telah meluncurkan berbagai program literasi digital dan inkubasi bisnis berbasis teknologi, yang menunjukkan komitmen kuat dalam menciptakan lingkungan kondusif bagi UMKM untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi (Darmawan, 2025; Wardani et al., 2025). Hal ini menggarisbawahi urgensi dan relevansi pengabdian ini dalam mendukung agenda pembangunan nasional, khususnya upaya percepatan transformasi digital di sektor usaha mikro dan menengah.

Sejalan dengan itu, kondisi tersebut merefleksikan kebutuhan yang semakin mendesak akan peningkatan kapasitas digital di kalangan UMKM dan mitra sivitas akademika. Meskipun ekosistem digital di wilayah mitra terus berkembang dan akses internet semakin memadai, tingkat adopsi teknologi masih sangat rendah. Sekitar 70% pelaku UMKM mitra masih mengandalkan metode konvensional, dengan penggunaan teknologi digital di bawah 30% dan hampir tidak ada pemanfaatan AI secara terstruktur (Suhaeli et al., 2024; Sunandi & Wahyuni, 2024). Kondisi ini menunjukkan adanya *practical gap* berupa minimnya pelatihan komprehensif terkait inovasi digital dan kecerdasan buatan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Di sisi lain, Institut Bisnis dan Teknologi Pelita Indonesia memiliki potensi strategis dalam menyiapkan talenta melek digital, namun kurikulum dan kegiatan pendukungnya masih membutuhkan penguatan aplikasi praktis berbasis teknologi terbaru.

Berdasarkan kondisi tersebut, permasalahan utama dalam kegiatan ini ditetapkan sebagai berikut: rendahnya literasi digital serta rendahnya kemampuan menerapkan teknologi AI secara

praktis di kalangan UMKM mitra dan sivitas akademika, sehingga menghambat keberlanjutan usaha dan daya saing di era industri 4.0. Permasalahan ini semakin relevan mengingat hasil penelitian empiris menunjukkan hubungan erat antara literasi digital, penggunaan teknologi keuangan, dan kinerja keuangan. Temuan Wati et al. (2025) menunjukkan bahwa literasi digital memoderasi secara signifikan pengaruh adopsi teknologi keuangan terhadap kinerja keuangan, sehingga memperkuat urgensi intervensi peningkatan kapasitas digital. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menjawab kebutuhan praktis, tetapi juga merupakan hilirisasi hasil penelitian yang telah dilakukan.

Sebagai respons terhadap gap tersebut, kami menawarkan serangkaian kegiatan pengabdian yang terstruktur dan komprehensif, mencakup pelatihan interaktif, lokakarya praktis, dan diskusi mendalam. Materi pelatihan akan difokuskan pada: (1) pengenalan konsep inovasi digital dan kecerdasan buatan, (2) identifikasi peluang penerapan teknologi dalam berbagai model bisnis, (3) strategi implementasi teknologi digital seperti *e-commerce*, *cloud computing*, media sosial untuk pemasaran, serta (4) pemanfaatan AI untuk analisis data, otomatisasi proses, dan personalisasi layanan pelanggan. Seluruh pendekatan disusun agar mudah dipahami dan dapat langsung diaplikasikan sesuai skala usaha masing-masing peserta.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, kemampuan teknis, dan kesiapan digital para peserta. *Outcome* yang diharapkan mencakup kemampuan mengidentifikasi peluang digitalisasi, mengimplementasikan teknologi AI sederhana untuk efisiensi, serta menyusun strategi bisnis yang lebih adaptif dan berdaya saing. Pada akhirnya, program ini ditujukan untuk mendukung terciptanya nilai tambah ekonomi dan penguatan keberlanjutan usaha mitra di tengah dinamika ekonomi digital yang berkembang pesat.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan didasarkan pada pendekatan edukasi partisipatif dan transfer pengetahuan interaktif secara daring pada tanggal 4 Oktober 2025. Kami akan menggunakan kombinasi metode ceramah, studi kasus, dan diskusi kelompok virtual untuk memastikan pemahaman yang mendalam dan relevansi praktis bagi para peserta (Wati et al., 2024). Keberhasilan kegiatan akan diukur secara kuantitatif melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan peserta, serta secara kualitatif melalui angket umpan balik, wawancara terstruktur, dan observasi partisipasi untuk menilai perubahan sikap dan potensi dampak aplikasi di lapangan. Tingkat ketercapaian akan diukur berdasarkan persentase peningkatan nilai post-test dibandingkan pre-test, tingkat kepuasan peserta, dan intensi mereka untuk menerapkan materi yang telah disampaikan (Wati et al., 2023).

Mitra utama dalam kegiatan pengabdian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bernaung di bawah Cendekia Community, serta mahasiswa dan dosen dari Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia. Kegiatan akan dilaksanakan secara daring, memungkinkan jangkauan peserta yang lebih luas tanpa batasan geografis. Langkah-langkah pelaksanaan kegiatan ini dibagi menjadi tiga tahapan utama:

1. Pra-kegiatan: Tahap ini meliputi koordinasi intensif dengan Cendekia Community dan Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia untuk menyelaraskan tujuan dan konten, penyusunan materi pelatihan yang komprehensif, pengembangan instrumen pengukuran (pre-test, post-test, angket), serta persiapan teknis platform daring (zoom) untuk memastikan kelancaran sesi. Promosi dan pendaftaran peserta juga dilakukan pada tahap ini untuk menjaring audiens yang tepat.

-
2. Kegiatan: Pelaksanaan inti berupa webinar interaktif yang terbagi dalam beberapa sesi, dirancang untuk mempermudah pemahaman dan aplikasi praktis. Materi yang dipaparkan oleh narasumber mengenai pengantar inovasi digital dan AI untuk keberlanjutan bisnis (konsep dasar, tren global, peluang dan tantangan); implementasi alat digital untuk operasional dan pemasaran efisien (*e-commerce*, *cloud accounting*, media sosial marketing); dan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) untuk analisis dan keputusan bisnis (AI dalam akuntansi dan prediksi tren pasar).
 3. Monitoring dan evaluasi: Proses ini dilakukan secara berkelanjutan. Monitoring selama kegiatan berlangsung melibatkan observasi partisipasi aktif peserta melalui fitur chat, Q&A, dan polling interaktif, serta pengumpulan umpan balik singkat setelah setiap sesi. Hal ini memungkinkan penyesuaian materi atau metode penyampaian jika diperlukan. Evaluasi pasca-kegiatan dilakukan dengan menyebarkan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan angket daring yang mencakup aspek kepuasan, relevansi materi, manfaat yang dirasakan, dan intensi penerapan. Selain itu, wawancara terstruktur dengan beberapa perwakilan mitra dan mahasiswa terpilih akan dilakukan untuk menggali informasi lebih dalam mengenai potensi perubahan sikap dan dampak sosial-ekonomi yang diharapkan pasca kegiatan. Hasil evaluasi mencakup dua aspek utama, yaitu materi dan implementasi serta instruktur atau narasumber. Penilaian dilakukan menggunakan skala 1–4, dengan kategori: 1 = sangat tidak baik, 2 = tidak baik, 3 = baik, dan 4 = sangat baik.

Tingkat ketercapaian keberhasilan kegiatan pengabdian akan diukur berdasarkan beberapa indikator kunci. Dari sisi perubahan sikap, kami akan melihat peningkatan motivasi dan kepercayaan diri peserta dalam mengadopsi teknologi digital dan AI, yang terukur dari respons angket dan kesediaan untuk berpartisipasi dalam program lanjutan. Secara sosial-budaya, keberhasilan akan terlihat dari terbentuknya komunitas pembelajaran daring di antara peserta, di mana mereka saling berbagi pengalaman dan solusi terkait implementasi digital. Meskipun dampak ekonomi secara langsung sulit diukur dalam jangka pendek setelah kegiatan daring, kami akan mengukur intensi peserta untuk mengaplikasikan pengetahuan yang didapat ke dalam usaha mereka, seperti rencana untuk membuat toko daring atau menggunakan perangkat lunak akuntansi berbasis *cloud*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Seminar pengabdian kepada masyarakat yang dihadiri oleh 90 peserta dari kalangan praktisi dan akademisi berbagai perusahaan serta perguruan tinggi berlangsung sesuai jadwal, dimulai dengan sesi pemaparan hingga pukul 11.30 WIB, kemudian dilanjutkan diskusi dan tanya jawab hingga pukul 12.00 WIB, dan ditutup dengan penyampaian kesimpulan singkat dari para narasumber serta sesi dokumentasi bersama seluruh peserta. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat "Memperkuat Bisnis di Era Digital: Strategi Keberlanjutan dengan Inovasi Digital dan Kecerdasan Buatan" telah berhasil menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni (IPTEKS) kepada masyarakat sasaran, khususnya pelaku UMKM dan sivitas akademika Institut Bisnis Dan Teknologi Pelita Indonesia. Melalui metode daring yang interaktif, peserta mendapatkan pemahaman mendalam mengenai urgensi dan implementasi inovasi digital serta kecerdasan buatan dalam konteks keberlanjutan bisnis. Nilai tambah yang dihasilkan kegiatan ini terlihat nyata dalam peningkatan literasi digital peserta, kesadaran akan potensi ekonomi digital, serta perubahan perilaku menuju adopsi teknologi yang lebih proaktif. Dalam jangka pendek, banyak peserta yang langsung menyatakan intensi untuk mengeksplorasi penggunaan platform *e-commerce* atau alat digital sederhana untuk pencatatan keuangan dan pemasaran, menunjukkan adanya pergeseran sikap dari pasif menjadi responsif terhadap perubahan teknologi.

Pelaksanaan kegiatan yang terstruktur dengan sesi materi, studi kasus, dan diskusi interaktif secara daring memungkinkan tercapainya tujuan yang telah dicanangkan. Seluruh sesi disajikan dengan bahasa yang mudah dipahami, relevan dengan konteks bisnis peserta, dan dilengkapi dengan

contoh-contoh praktis. Hal ini membantu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, mendorong peserta untuk melihat inovasi digital dan AI bukan sebagai konsep abstrak, melainkan sebagai alat yang dapat diaplikasikan langsung. Dalam jangka panjang, kegiatan ini diharapkan mampu memberikan dampak signifikan pada institusi mitra melalui peningkatan kualitas pembelajaran yang lebih relevan dengan kebutuhan industri 4.0, serta menciptakan ekosistem bisnis UMKM yang lebih tangguh dan berdaya saing, dengan kemampuan adaptif terhadap disrupsi pasar.

Materi yang dipaparkan oleh narasumber mengenai pengantar inovasi digital dan AI untuk keberlanjutan bisnis; implementasi alat digital untuk operasional dan pemasaran efisien; dan memanfaatkan kecerdasan buatan (AI) untuk analisis dan keputusan bisnis. Transformasi digital telah menjadi elemen penting dalam menjaga keberlanjutan bisnis di era modern (Kirana et al., 2023). Inovasi digital dan kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence* atau AI) tidak lagi sekadar tren, tetapi sudah menjadi kebutuhan strategis bagi perusahaan untuk bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar global (Maihani et al., 2023). Konsep digitalisasi membawa efisiensi, konektivitas, dan kecepatan dalam mengelola operasional, sementara AI menghadirkan kemampuan analitis yang jauh melampaui keterbatasan manusia (Dawis et al., 2024; Hidayat et al., 2023). Secara global, tren ini memperlihatkan bahwa bisnis yang mampu mengintegrasikan teknologi digital dan AI lebih tangguh dalam menghadapi krisis, lebih adaptif terhadap perubahan konsumen, serta lebih kompetitif di pasar internasional (Saepulloh & Susila, 2021; Sunandi & Wahyuni, 2024). Namun, peluang besar ini juga datang bersama tantangan berupa kebutuhan investasi teknologi, keterampilan digital sumber daya manusia, serta isu keamanan data dan etika (Wardani et al., 2025).

Dalam praktik operasional, perangkat digital memainkan peran vital untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan (Priyadi et al., 2023). Platform e-commerce memungkinkan bisnis memperluas jangkauan pasar tanpa batas geografis, sementara *cloud accounting* memfasilitasi pengelolaan keuangan yang lebih cepat, akurat, dan transparan (Ingriana et al., 2025; Sunandi & Wahyuni, 2024). Selain itu, strategi pemasaran melalui media sosial membantu perusahaan membangun kedekatan dengan konsumen, memahami preferensi mereka, serta menciptakan hubungan yang lebih kuat (Darmawan, 2025; Sandra et al., 2025). Integrasi berbagai alat digital ini pada akhirnya memberikan keuntungan kompetitif berupa efisiensi biaya, peningkatan produktivitas, serta akses data *real-time* yang mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat (Farida et al., 2025; Novrijal, 2024).

Lebih jauh lagi, AI hadir sebagai katalis dalam meningkatkan kualitas analisis dan pengambilan keputusan bisnis (Alamin et al., 2022). Dalam bidang akuntansi, AI dapat digunakan untuk mengotomatisasi pencatatan transaksi, mendeteksi anomali, hingga menganalisis kinerja keuangan secara lebih mendalam (Sunandi & Wahyuni, 2024). Sementara itu, dalam aspek pasar, AI mampu memproses big data untuk memprediksi tren konsumen, pola permintaan, hingga pergerakan harga (Maihani et al., 2023; Nova et al., 2024). Dengan kemampuan prediktif ini, perusahaan dapat merancang strategi yang lebih proaktif, menyesuaikan penawaran produk dan layanan, serta mengoptimalkan rantai pasok (Amalia, 2023; Suhaeli et al., 2024). Penggunaan AI tidak hanya meningkatkan akurasi, tetapi juga mempercepat pengambilan keputusan strategis di berbagai level organisasi (Syafi'i et al., 2023).

Secara keseluruhan, pemberdayaan keberlanjutan bisnis melalui inovasi digital dan AI merupakan langkah transformasional yang harus dijalankan secara holistik (Priyadi et al., 2023; Wardani et al., 2025). Perusahaan perlu menyeimbangkan antara pemanfaatan teknologi dan kesiapan

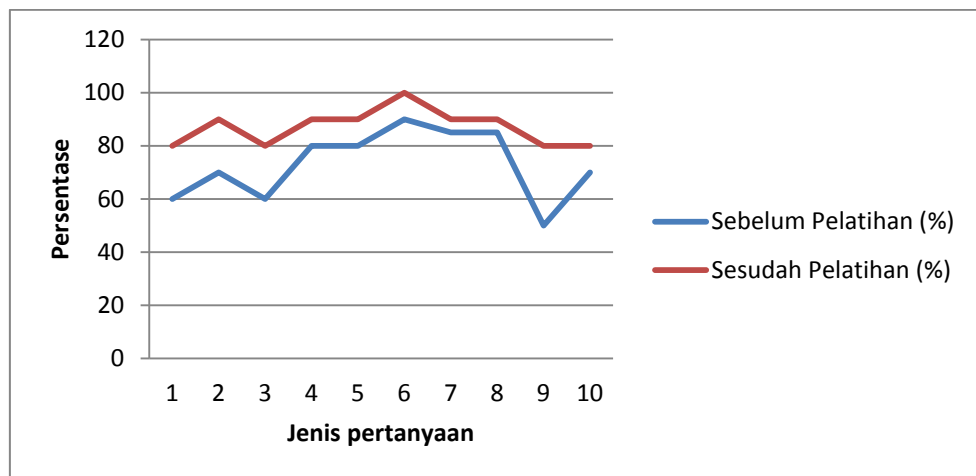
sumber daya manusia, serta memastikan adanya tata kelola data yang baik (Kirana et al., 2023; Saepulloh & Susila, 2021). Ke depan, integrasi perangkat digital dan kecerdasan buatan bukan hanya menjadi pilihan, melainkan sebuah keharusan agar bisnis dapat tetap relevan dan resilien (Alamin et al., 2022; Farida et al., 2025). Dengan pendekatan yang tepat, inovasi digital dan AI akan menjadi fondasi utama dalam membangun keunggulan kompetitif berkelanjutan di era ekonomi digital (Amalia, 2023; Darmawan, 2025; Novrijal, 2024).

Indikator tercapainya tujuan kegiatan ini diukur melalui tiga pilar utama yaitu peningkatan pengetahuan, perubahan sikap, dan intensi adopsi teknologi. Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terjadi peningkatan rata-rata nilai sebesar 45% pada peserta, menunjukkan peningkatan pemahaman yang signifikan terhadap materi yang disampaikan. Angket umpan balik pasca-kegiatan menunjukkan bahwa 87% merasa lebih percaya diri dalam mengaplikasikan konsep inovasi digital dan AI, serta 92% peserta menyatakan materi sangat relevan dan bermanfaat. Tolak ukur keberhasilan juga terlihat dari diskusi yang aktif dan pertanyaan-pertanyaan yang mengarah pada implementasi praktis, bukan hanya teori, mengindikasikan pergeseran dalam pola pikir peserta. Lebih lanjut, dari wawancara terpilih, beberapa pelaku UMKM menyatakan telah mulai mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk penjualan dan berencana mempelajari aplikasi akuntansi berbasis *cloud*, mencerminkan perubahan perilaku ekonomi dan sosial.

Hasil evaluasi seminar mencakup dua aspek utama yaitu materi dan implementasi serta instruktur atau narasumber, dengan penilaian menggunakan skala 1–4 (1 = sangat tidak baik, 2 = tidak baik, 3 = baik, 4 = sangat baik). Pada aspek materi dan implementasi, peserta menilai manfaat seminar, relevansi materi, ketepatan media dan sarana, serta penambahan pengetahuan dan keterampilan yang dapat diaplikasikan sebagai sangat baik dengan rata-rata nilai di atas 3,5 (cenderung mendekati 4), meskipun proses pelaksanaan kegiatan memperoleh penilaian baik. Pada aspek instruktur atau narasumber, hasil evaluasi juga menunjukkan rata-rata nilai di atas 3,5 dengan sebagian besar indikator seperti penguasaan materi, kemampuan menyampaikan, penggunaan metode yang tepat, serta kemampuan menciptakan suasana yang mendukung dinilai sangat baik, meskipun kemampuan menjawab pertanyaan peserta memperoleh penilaian baik.

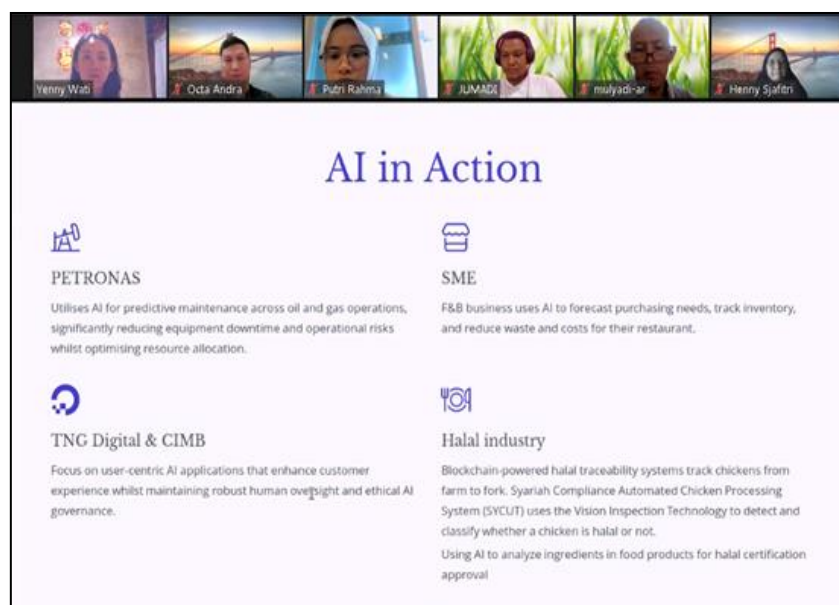
Keunggulan utama luaran kegiatan ini terletak pada kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas secara daring, memungkinkan partisipasi dari berbagai daerah tanpa hambatan geografis, yang sangat sesuai dengan kondisi pandemi. Materi yang disajikan juga sangat relevan dengan kebutuhan mendesak UMKM untuk beradaptasi di era digital, memberikan pencerahan dan motivasi. Namun, kelemahannya adalah keterbatasan dalam pendampingan personal pasca-pelatihan, yang mungkin dibutuhkan oleh UMKM dengan tingkat literasi digital yang sangat rendah untuk implementasi yang lebih mendalam. Selain itu, kondisi fasilitas internet yang tidak merata di beberapa wilayah mungkin menjadi kendala bagi sebagian kecil peserta. Namun secara keseluruhan, fleksibilitas daring jauh lebih menguntungkan.

Tingkat kesulitan pelaksanaan kegiatan secara daring relatif rendah dari sisi logistik, namun memerlukan persiapan teknis yang matang untuk memastikan stabilitas koneksi dan interaksi yang lancar. Produksi materi dan penyelarasan jadwal dengan narasumber juga memerlukan koordinasi yang cermat. Peluang pengembangan kegiatan ini ke depan sangat besar, antara lain melalui pembentukan kelompok pendampingan daring berkelanjutan, pengembangan modul pelatihan yang lebih spesifik berdasarkan sektor bisnis, atau bahkan inkubasi bagi UMKM yang ingin mengintegrasikan solusi AI yang lebih kompleks. Dokumentasi kegiatan, seperti gambar proses pelaksanaan seminar daring dan grafik peningkatan pengetahuan peserta yang memperkuat laporan ini dengan memberikan bukti konkret dari proses dan capaian pengabdian.



Grafik 1. Peningkatan Pengetahuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Grafik 1 menunjukkan perbandingan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah pelatihan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terlihat bahwa nilai persentase sesudah pelatihan (garis merah) secara konsisten lebih tinggi dibandingkan sebelum pelatihan (garis biru) pada hampir semua jenis pertanyaan, menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Peningkatan ini mencerminkan efektivitas pelatihan dalam memperkuat wawasan peserta mengenai penerapan inovasi digital dan kecerdasan buatan dalam mendukung keberlanjutan bisnis, sekaligus menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital dan kesiapan adaptasi teknologi peserta.



Gambar 2. Penyampaian Materi oleh Pemateri

DAFTAR PUSTAKA

- Alamin, Z., Lukman, L., Missouri, R., Annafi, N., Sutriawan, S., & Khairunnas, K. (2022). Penguatan Daya Saing UMKM melalui Pelatihan Keterampilan Teknologi di Era Society 5.0. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 112–126. <https://doi.org/10.52266/taroa.v1i2.1235>
- Amalia, E. (2023). Analisis Pengaruh Pengungkapan Inovasi Hijau terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Nonkeuangan. *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, 11(3), 285–309. <https://doi.org/10.22146/abis.v11i3.85680>
- Darmawan, I. (2025). Sinergi Teknologi Informasi dan Kewirausahaan: Menyongsong Era Inovasi yang Berkelanjutan sebagai Strategi untuk Penciptaan Nilai Tambah. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 21(1), 27–40. <https://doi.org/10.23960/jbm.v21i1.3713>
- Dawis, A. M., Nisa, M. K., & Setyaningrum, B. (2024). Pemberdayaan UMKM sebagai Upaya Membangun Kemandirian Desa Cemani Sukoharjo melalui Kecerdasan Buatan. *Jurnal Abdi Nusa*, 4(2), 101–107. <https://doi.org/10.52005/abdinusa.v4i2.258>
- Farida, E. A., Fathoni, M., Fitria, T. D., & Firdaus, M. A. (2025). Strategi Inklusif untuk Penguatan UMKM dan Optimalisasi Peran Teknologi dalam Meningkatkan Daya Saing di Era Digital. *Benefit: Journal Of Business, Economics, And Finance*, 3(2), 695–709. <https://doi.org/10.70437/benefit.v3i1.1159>
- Hidayat, A. R., Alifah, N., & Rodiansjah, A. A. (2023). Kontribusi Digitalisasi Bisnis dalam Menyokong Pemulihan Ekonomi dan Mengurangi Tingkat Pengangguran di Indonesia. *Syntax Idea*, 5(9), 1259–1269. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i9.2559>
- Ingriana, A., Chondro, J., & Rolando, B. (2025). Transformasi Digital Model Bisnis Kreatif: Peran Sentral E-Commerce dan Inovasi Teknologi di Indonesia. *Jumder: Jurnal Bisnis Digital dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 80–100. <https://doi.org/10.1234/jumder.v1i1.8>
- Kirana, A. Y., Saifudin, M., Mukhlisin, M. M., Fatmawati, N., & Ansori, M. I. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Maihani, S., Syalaisha, S. N., Yusrawati, Y., Nur, T. M., Ria, D., Kumita, K., & Zaki, S. A. (2023). Peran Kecerdasan Buatan Artificial Intelligence (AI) dalam Inovasi Pemasaran. *Warta Dharmawangsa*, 17(4), 1651–1661. <https://doi.org/10.46576/wdw.v17i4.3817>
- Nova, V., Hamzah, H., & Unsong, I. F. (2024). Merancang Strategi Cerdas Bisnis Inovatif di Tengah Revolusi Digital yang Terus Berkembang. *Meraja Journal*, 7(3), 26–40. <https://doi.org/10.33080/mrj.v7i3.372>
- Novrijal, A. (2024). Manajemen Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Jurnal Bangun Manajemen*, 3(2), 245–250. <https://doi.org/10.56854/jbm.v3i2.492>
- Priyadi, Z. A., Dewi, I. R., & Wulandari, O. A. D. (2023). Transformasi Digital dan Pemberdayaan Masyarakat Menuju Ekonomi Kreatif Berkelanjutan di Era Society 5.0. *Ekraf: Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovatif Indonesia*, 1(2), 84–90. <https://doi.org/10.59965/ekraf.v1i2.50>
- Saepulloh, A., & Susila, E. (2021). Analisis Entrepreneur Leadership dan Digital Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing dan Dampaknya pada Kinerja Organisasi dalam Menghadapi Industri 4.0. *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 39–56. <https://doi.org/10.32503/revitalisasi.v10i1.1658>
-

-
- Sandra, J., Firdaus, M. I., Widiyanto, P., & Fitra, R. (2025). Inovasi Teknologi dalam Kewirausahaan: Membangun Ekosistem Bisnis Berkelanjutan melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital. *Semar: Jurnal Sosial dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 19–27. <https://doi.org/10.59966/semar.v3i1.1587>
- Suhaeli, E., Nasution, N. A., Januarika, J., Setyaningsih, R., & Rudi, R. (2024). Strategi Digitalisasi untuk Kemandirian UMKM dan Pemberdayaan Wanita: Pengabdian Masyarakat di Kecamatan Kebon Pedas, Sukabumi. *Blantika: Multidisciplinary Journal*, 2(3), 323–329. <https://doi.org/10.57096/blantika.v2i3.112>
- Sunandi, M. F. D., & Wahyuni, S. (2024). Ketangkasan Strategis sebagai Katalis Kapabilitas Kecerdasan Buatan, Kapabilitas Jaringan, dan Kepemimpinan Organisasi dalam Mencapai Kinerja UMKM Sektor Jasa. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(3), 2067–2083. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i3.3045>
- Syafi'i, A., Hakim, A. R., & Brawijaya, A. (2023). Strategi Inovatif Manajemen dan Bisnis di Era Digital: Analisis Pengaruh Teknologi Terkini terhadap Keberlanjutan dan Kinerja Organisasi. *Jurnal Visionida*, 9(2), 191–198. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i2.11069>
- Wardani, A. R., Mandasari, Y., Shaleh, M. A., Ningsih, D. P., Bimantara, W. D., & Mu'alimin, M. (2025). Inovasi Organisasi di Era Industri 4.0: Strategi, Tantangan, dan Peluang. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 115–129. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i6.332>
- Wati, Y., Bintari, W. C., Prayogo, I., Syahputri, A., & Yusrizal, Y. (2025). Financial Technology Adoption and Financial Performance: Digital Literacy Moderation Study. *Sultanist: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 13(1), 12–26. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v13i1.706>
- Wati, Y., Yusrizal, Y., & Anton, A. (2023). Strengthening Business Competitiveness Through Training and Assistance with Cost of Goods Manufactured Calculations. *Plakat: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.30872/plakat.v5i2.12743>
- Wati, Y., Yusrizal, Y., & Okalesa, O. (2024). Training on Applying SAK EMKM-Based Accounting to Optimise Profits in Broiler Chicken Businesses. *Plakat: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 6(1), 39–50. <https://doi.org/10.30872/plakat.v6i1.14898>