

Smart Promotion: Artificial Intelligence Education for Designing Digital Promotional Materials for UP2K PKK MSME Entrepreneurs in Punden Rejo Village

Tantri Octora Dwi Syah Putri¹, Esther Praja Anggriany Panggabean², Mas Intan Purba³, Isna Asdiani Nasution⁴, Faisal Akbar⁵, Yan Raja David Hamonangan Damanik⁶, Nurul Wardani Lubis⁷

¹⁻⁵ Fakultas Ekonomi, Universitas Prima Indonesia; PUI Digital Business and SMEs

⁶ Fakultas Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pangeran Antasari

⁷ Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan

e-mail : tantrioctoradwisyahputri@unprimdn.ac.id



<https://doi.org/10.36526/gandrung.v7i2.9203>

Abstract: *Digital transformation requires Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to produce attractive and professional promotional materials to capture the attention of digital consumers. However, limited knowledge of editing and graphic design remains a major challenge, particularly for members of the Family Income Improvement Program (UP2K PKK). This community service program aimed to enhance the capacity of MSMEs supported by UP2K PKK in Punden Rejo Village, Tanjung Morawa District, Deli Serdang Regency, to utilize generative Artificial Intelligence (AI) technology for designing digital promotional materials, with a particular emphasis on developing effective prompt engineering skills. The program employed a training approach consisting of demonstrations and hands-on mentoring for 15 participants. The activities included education on the importance of promotion for business sustainability, an introduction to prompt concepts in AI tools, and practical sessions on creating digital promotional materials using AI applications on smartphones. The results showed that participants were able to understand and formulate simple prompts by specifying product types, visual styles, desired moods, and color schemes, enabling them to independently produce more engaging digital promotional materials. Participants demonstrated high enthusiasm through active discussions and by establishing a WhatsApp group as a platform for continuous mentoring, where they shared and received feedback on their promotional content. The integration of promotional strategy education with practical training in the use of generative AI proved effective in increasing MSMEs' confidence in producing promotional materials easily, affordably, and efficiently without requiring advanced graphic design skills. This initiative contributes to strengthening the competitiveness of MSMEs in the digital economy.*

Keywords: *artificial intelligence, prompt engineering, digital promotion, MSMEs, UP2K PKK*

Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah lanskap persaingan usaha, termasuk cara pelaku usaha memperkenalkan dan memasarkan produknya kepada konsumen. Di era ekonomi digital, konsumen tidak lagi sekadar mencari produk, tetapi juga menilai kualitas tampilan visual dan pesan promosi sebelum memutuskan pembelian. Materi promosi yang menarik dan profesional menjadi salah satu penentu keberhasilan pemasaran digital, karena konten visual yang berkualitas mampu membentuk citra

usaha, membangun kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing di tengah maraknya pelaku usaha yang telah memanfaatkan platform digital (Itishom Al Khoiry, Shofif Sobaruddin Akbar, 2026). Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemampuan menghasilkan materi promosi yang kompetitif menjadi kebutuhan mendesak untuk dapat bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain.

Namun, sebagian besar pelaku UMKM masih menghadapi kendala dalam memproduksi konten promosi berkualitas secara konsisten. Keterbatasan dana, minimnya keahlian desain grafis profesional, serta rendahnya literasi digital menyebabkan tampilan konten promosi usaha mereka belum optimal untuk menarik minat konsumen digital (Redjeki, R.S., Nurwahyudi, E., Purwatiningtyas, Hartono, B. and Wismarini, 2025). Kondisi ini secara langsung melemahkan posisi tawar UMKM di ranah digital dan membatasi jangkauan pasar yang dapat mereka raih.

Perkembangan teknologi kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) generatif membuka peluang besar untuk mengatasi persoalan tersebut. Teknologi AI generatif memungkinkan siapa pun menghasilkan gambar, teks, maupun desain promosi hanya dengan menuliskan instruksi berupa perintah tertentu, sehingga pelaku usaha dapat memperoleh materi promosi yang profesional dan siap pakai secara mandiri, hemat biaya, dan hemat waktu (Harliana, H., Alam, Y., Yusron, R.D.R. and Prabowo, 2025). Berbagai kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan AI generatif efektif meningkatkan efisiensi produksi konten promosi UMKM, mulai dari perancangan teks promosi (M.Ghufroni An'ars, Nirwana Hendrastuty, Damayanti, 2023), optimalisasi konten pemasaran media sosial (Muhardono et al., 2024), hingga penguatan branding usaha berbasis desa (Itishom Al Khoiry, Shofif Sobaruddin Akbar, 2026). Di Kecamatan Tanjung Morawa sendiri, kegiatan sejenis yang memadukan pemasaran media sosial berbasis AI dan adopsi dompet digital terbukti mampu mengubah pemahaman pelaku UMKM binaan UP2K PKK dari terbatas menjadi lebih komprehensif dan aplikatif (Praja et al., 2025).

Kunci keberhasilan pemanfaatan AI generatif terletak pada kemampuan pengguna menyusun prompt yang efektif. Prompt merupakan instruksi atau perintah yang dituliskan pengguna kepada aplikasi AI agar menghasilkan keluaran sesuai kebutuhan. Rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan menyusun prompt yang tepat menjadi kendala utama pemanfaatan teknologi ini di tingkat komunitas, sehingga penguasaan keterampilan menyusun prompt menjadi kompetensi dasar yang perlu dibekalkan kepada pelaku UMKM (Muhammad Sholeh, Suraya, 2023). Dengan prompt yang menyebutkan jenis produk, gaya visual, serta suasana dan warna yang diinginkan, hasil desain promosi yang dihasilkan AI dapat disesuaikan dengan karakter produk masing-masing usaha.

Salah satu segmen UMKM yang memiliki potensi besar namun belum optimal dalam pemanfaatan teknologi digital adalah kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga yang dikelola oleh Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga atau UP2K PKK. UP2K PKK merupakan program pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas yang bertujuan meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha produktif, khususnya yang dijalankan oleh ibu-ibu rumah tangga. Di Desa Punden Rejo, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, pelaku UMKM binaan UP2K PKK menjalankan berbagai jenis usaha di bidang kuliner, fesyen, dan usaha rumahan lainnya. Berdasarkan pengamatan awal, sebagian besar pelaku usaha masih memasarkan produk secara sederhana dan seadanya, sehingga promosi yang dihasilkan belum mampu bersaing dengan produk UMKM dari daerah lain yang telah lebih dahulu memanfaatkan teknologi digital.

Adopsi teknologi digital di kalangan UMKM dipengaruhi oleh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan. Ketika pelaku usaha merasakan manfaat langsung dan kemudahan dalam menggunakan suatu teknologi, keinginan untuk mengadopsi teknologi tersebut akan meningkat (Popa, 2025; Soomro et al., 2025). Oleh karena itu, edukasi pemanfaatan AI untuk mendesain materi promosi tidak cukup hanya menekankan aspek teknis, tetapi juga perlu menumbuhkan kesadaran akan manfaat promosi yang menarik bagi keberlangsungan usaha, sejalan dengan dinamika pemasaran digital yang terus berkembang (Dwivedi et al., 2021).

Meskipun telah tersedia berbagai teknologi AI generatif, masih terdapat kesenjangan antara ketersediaan teknologi dan kemampuan pelaku UMKM memanfaatkannya, terutama dalam menyusun prompt yang tepat untuk menghasilkan materi promosi yang sesuai. Berdasarkan identifikasi permasalahan tersebut, tim pengabdian kepada masyarakat gabungan dosen Fakultas Ekonomi dari Universitas Prima Indonesia (UNPRI), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pangeran Antasari, dan Universitas Negeri Medan (UNIMED) menyelenggarakan kegiatan bertema “Smart Promotion: Edukasi Penggunaan Artificial Intelligence untuk Mendesain Materi Promosi Digital bagi Pelaku UMKM UP2K PKK Desa Punden Rejo”. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman peserta tentang manfaat promosi menarik bagi keberlangsungan usaha, membekali keterampilan menyusun prompt dalam tools AI secara sederhana dan mudah dipahami, serta mendorong peserta mampu menghasilkan materi promosi digital secara mandiri, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan daya saing usaha mereka di era digital.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode pelatihan yang disertai demonstrasi dan pendampingan praktik langsung untuk menghasilkan keterampilan pemanfaatan AI generatif dalam mendesain materi promosi digital. Pendekatan ini dipilih karena dinilai paling efektif dalam mentransfer pengetahuan sekaligus keterampilan aplikatif kepada pelaku UMKM, sehingga peserta tidak hanya memahami konsep secara teoritis tetapi juga mampu mempraktikkannya secara mandiri dalam menjalankan usaha.

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan dilaksanakan di Kantor Kepala Desa Punden Rejo, Kecamatan Tanjung Morawa, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara, pada hari Rabu, 15 Juli 2026, mulai pukul 15.00 WIB. Pemilihan lokasi didasarkan pada keberadaan kelompok UP2K PKK yang aktif menjalankan usaha produktif namun masih memiliki keterbatasan dalam pembuatan konten promosi digital.

2. Target Peserta

Peserta kegiatan adalah 15 pelaku UMKM binaan UP2K PKK Desa Punden Rejo yang bergerak di bidang kuliner, fesyen, dan usaha rumahan lainnya. Selama ini para peserta menghadapi kendala dalam membuat materi promosi produk karena keterbatasan pengetahuan tentang editing dan desain grafis, sehingga tampilan konten promosi usaha mereka belum optimal untuk menarik minat konsumen digital.

3. Tim Pelaksana

Kegiatan dilaksanakan oleh tim gabungan dosen Fakultas Ekonomi dari Universitas Prima Indonesia (UNPRI), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pangeran Antasari, dan Universitas Negeri Medan (UNIMED) yang memiliki kompetensi di bidang kewirausahaan, perilaku konsumen, pemasaran digital, komunikasi bisnis, dan ekonomi digital. Tim diketuai oleh Tantri Octora Dwi Syah Putri, dengan anggota Mas Intan Purba, Isna Asdiani Nasution, Esther Praja Anggriany Panggabean, Faisal Akbar, Yan Raja David Hamonangan Damanik, dan Nurul Wardani Lubis. Seluruh anggota tim bertindak sebagai narasumber, fasilitator, sekaligus pendamping dalam setiap tahapan kegiatan untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berjalan efektif.

4. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang sistematis dan terstruktur, sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan, tim pelaksana melakukan koordinasi dengan perangkat Desa Punden Rejo dan pengurus UP2K PKK untuk memperoleh data profil pelaku UMKM yang akan menjadi peserta. Selain itu, dilakukan penyusunan materi pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tingkat pemahaman peserta, penentuan aplikasi AI generatif yang mudah diakses melalui telepon pintar, serta persiapan teknis berupa peralatan pendukung kegiatan.

b. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Acara dibuka oleh pembawa acara, Tantri Octora Dwi Syah Putri, dan dilanjutkan dengan doa yang dipimpin oleh Isna Asdiani Nasution. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan kata sambutan dari Kepala Desa Punden Rejo, Bapak Yusman, yang menyampaikan apresiasi atas terselenggaranya kegiatan serta harapan agar pelaku UMKM memperoleh pengetahuan baru mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan sehingga mampu menghasilkan konten promosi yang lebih menarik, praktis, dan efisien tanpa harus memiliki keahlian desain grafis secara khusus. Sesi materi dan praktik dilaksanakan sebagai berikut:

- Materi Pertama – Manfaat Promosi bagi Keberlangsungan Usaha. Disampaikan oleh Mas Intan Purba, materi ini menjelaskan bahwa promosi yang baik tidak hanya berfungsi memperkenalkan produk, tetapi juga membentuk citra usaha, membangun kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing di tengah maraknya pelaku usaha yang telah memanfaatkan platform digital.
- Materi Kedua – Memahami Prompt dalam Tools AI. Disampaikan oleh Esther Praja Anggriany Panggabean, materi ini menguraikan pengertian prompt dengan bahasa sederhana, yaitu instruksi atau perintah yang dituliskan pengguna kepada aplikasi AI agar menghasilkan gambar, teks, atau desain sesuai kebutuhan. Melalui beberapa contoh sederhana, peserta diajak memahami cara menyusun prompt yang tepat—mulai dari menyebutkan jenis produk, gaya visual yang diinginkan, hingga suasana atau warna yang ingin ditonjolkan—agar hasil desain promosi yang dihasilkan AI sesuai dengan karakter produk UMKM masing-masing.
- Sesi Praktik – Pembuatan Materi Promosi dengan AI. Dipandu oleh Yan Raja David Hamonangan Damanik, sesi praktik berlangsung interaktif dengan peserta mempraktikkan langsung pembuatan materi promosi menggunakan aplikasi AI pada telepon pintar masing-masing. Diskusi hangat berlangsung seputar penyusunan prompt dan pemilihan hasil desain

yang paling sesuai dengan produk peserta. Pada sesi ini juga dibentuk grup WhatsApp (WAG) antara tim dosen dan peserta sebagai media pendampingan berkelanjutan, tempat peserta mengirimkan hasil konten promosi produk masing-masing sebagai bentuk pemahaman terhadap materi yang telah diberikan.

c. Tahap Penutupan

Kegiatan ditutup dengan penyerahan kenang-kenangan kepada pihak desa dan sesi foto bersama antara peserta, perangkat desa, dan tim dosen. Selepas acara, tim dosen berkesempatan mengunjungi salah satu rumah produksi milik pelaku UMKM di bidang jajanan popcorn dan kembang gula, dan berdiskusi langsung mengenai cara membuat promosi yang lebih menarik untuk produknya. Seluruh rangkaian kegiatan kemudian didokumentasikan sebagai bahan penyusunan laporan pengabdian kepada masyarakat.

Hasil dan Diskusi

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM binaan UP2K PKK Desa Punden Rejo dalam memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan untuk mendesain materi promosi digital. Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta memasarkan produk secara sederhana dan belum mampu memproduksi konten promosi yang menarik akibat keterbatasan pengetahuan tentang editing dan desain grafis.

Melalui pemaparan materi tentang manfaat promosi bagi keberlangsungan usaha, peserta memperoleh pemahaman bahwa promosi yang menarik bukan sekadar pelengkap, melainkan bagian penting dalam membentuk citra usaha, membangun kepercayaan konsumen, dan meningkatkan daya saing. Pemahaman ini mengubah cara pandang peserta terhadap pentingnya investasi waktu untuk menghasilkan materi promosi yang berkualitas.

Pada materi tentang prompt, peserta mampu memahami konsep prompt sebagai instruksi kepada aplikasi AI serta prinsip dasar penyusunannya. Peserta belajar menyusun prompt sederhana dengan menyebutkan jenis produk, gaya visual, serta suasana dan warna yang diinginkan. Keterampilan ini menjadi fondasi penting agar peserta dapat mengarahkan aplikasi AI menghasilkan desain promosi yang sesuai dengan karakter produk masing-masing.

Pada sesi praktik, peserta antusias mempraktikkan langsung pembuatan materi promosi menggunakan aplikasi AI di telepon pintar masing-masing. Keberhasilan kegiatan tampak dari kemampuan peserta menghasilkan konten promosi produk secara mandiri, yang kemudian dikirimkan ke grup WhatsApp yang dibentuk bersama tim dosen. Pembentukan grup WhatsApp ini sekaligus menjadi sarana pendampingan berkelanjutan, sehingga peserta dapat terus berkonsultasi dan memperbaiki hasil karyanya setelah kegiatan berakhir. Antusiasme peserta juga terlihat dari diskusi aktif seputar penyusunan prompt dan pemilihan hasil desain yang paling sesuai dengan produk mereka.



Gambar 1. Tim PKM Dosen membantu peserta melaksanakan sesi praktik

Secara keseluruhan, capaian kegiatan ini meliputi peningkatan pemahaman peserta tentang manfaat promosi menarik, penguasaan konsep dan praktik penyusunan prompt sederhana, serta keberhasilan peserta memproduksi materi promosi digital secara mandiri. Kunjungan lanjutan ke rumah produksi salah satu pelaku UMKM turut memperkuat pendampingan dengan memberikan solusi promosi yang lebih spesifik sesuai karakteristik produk.

Diskusi

Keberhasilan program ini dapat dianalisis melalui perspektif Model Penerimaan Teknologi (Technology Acceptance Model), yang menempatkan persepsi manfaat dan persepsi kemudahan penggunaan sebagai faktor utama adopsi teknologi. Dengan mengawali kegiatan melalui edukasi manfaat promosi menarik, peserta lebih dahulu menyadari nilai guna teknologi AI sebelum mempraktikkannya, sehingga muncul motivasi yang kuat untuk mengadopsi teknologi tersebut. Studi terkini menunjukkan bahwa persepsi manfaat merupakan penentu adopsi AI yang paling berpengaruh pada kalangan UMKM, sementara persepsi kemudahan penggunaan berperan memperkuat niat penggunaan (Popa, 2025).

Pendekatan berbasis praktik langsung dengan pendampingan individual terbukti menurunkan hambatan psikologis peserta terhadap teknologi. Ketika peserta merasakan sendiri betapa mudahnya menghasilkan desain promosi hanya dengan menuliskan prompt, persepsi bahwa teknologi digital merupakan sesuatu yang rumit berangsur berubah menjadi keyakinan bahwa teknologi tersebut dapat mereka kuasai. Hal ini sejalan dengan temuan kegiatan pengabdian sejenis yang menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan AI generatif secara hands-on mampu meningkatkan kemandirian UMKM dalam memproduksi konten promosi yang profesional dan hemat biaya (Harliana, H., Alam, Y., Yusron, R.D.R. and Prabowo, 2025; Redjeki, R.S., Nurwahyudi, E., Purwatiningsy, Hartono, B. and Wismarini, 2025).

Penekanan pada keterampilan menyusun prompt menjadi faktor pembeda yang penting. Kualitas keluaran AI sangat bergantung pada ketepatan prompt yang diberikan, sehingga membekali peserta dengan kerangka penyusunan prompt—jenis produk, gaya visual, serta suasana dan warna—memungkinkan mereka menghasilkan materi promosi yang relevan dengan identitas produknya (M.Ghufroni An'ars, Nirwana Hendrastuty, Damayanti, 2023; Muhammad Sholeh, Suraya, 2023). Kompetensi ini bersifat transferable, artinya dapat terus digunakan peserta untuk berbagai kebutuhan promosi di masa mendatang.

Faktor pendukung lingkungan sosial juga berperan dalam keberhasilan kegiatan ini. Dukungan perangkat Desa Punden Rejo dan pengurus UP2K PKK menciptakan iklim yang kondusif bagi adopsi teknologi, sementara pembentukan grup WhatsApp memperkuat efek jaringan antarpeserta. Ketika peserta saling melihat hasil karya rekannya, tumbuh motivasi untuk mencoba dan memperbaiki karya sendiri. Dinamika ini menegaskan bahwa keberlanjutan pemanfaatan teknologi tidak hanya ditentukan oleh keterampilan individual, tetapi juga oleh dukungan sosial dan pendampingan berkelanjutan (Itishom Al Khoiry, Shofif Sobaruddin Akbar, 2026; Muhardono et al., 2024). Tingginya antusiasme peserta mengonfirmasi bahwa metode pembelajaran berbasis praktik dengan pendampingan individual lebih efektif dibandingkan metode ceramah konvensional.



Gambar 2. Tim PKM Dosen foto bersama dengan peserta/pelaku UMKM dan pemerintah desa

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema Smart Promotion untuk pelaku UMKM binaan UP2K PKK Desa Punden Rejo, Kecamatan Tanjung Morawa, telah berhasil meningkatkan kapasitas peserta dalam memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan untuk mendesain materi promosi digital. Pendekatan yang mengawali kegiatan dengan edukasi manfaat promosi, dilanjutkan pemahaman konsep prompt, dan diperkuat praktik langsung, terbukti efektif mengubah perspektif peserta serta menumbuhkan kepercayaan diri untuk memproduksi materi promosi secara mandiri. Peserta mampu memahami dan menyusun prompt sederhana dengan menyebutkan jenis produk, gaya visual, serta suasana dan warna yang diinginkan, sehingga berhasil menghasilkan konten promosi yang lebih menarik tanpa harus menguasai keahlian desain grafis secara khusus. Pembentukan grup WhatsApp sebagai media pendampingan berkelanjutan menjadi capaian tambahan yang mendukung konsistensi penerapan keterampilan pasca-kegiatan. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa edukasi pemanfaatan AI yang dipadukan dengan pemahaman manfaat promosi mampu mendorong adopsi teknologi digital secara berkelanjutan dan meningkatkan daya saing UMKM di era ekonomi digital.

Daftar Referensi

- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). International Journal of Information Management Setting the future of digital and social media marketing research : Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59(June 2020), 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Harliana, H., Alam, Y., Yusron, R.D.R. and Prabowo, T. (2025). Pemanfaatan Generatif AI untuk Promosi Visual Usaha Kuliner Rumahan “ Oma Rusmini .” *Jurnal Altifani*, 5(4), 446–453. <https://doi.org/10.59395/altifani/3wtbcj65>
- Itishom Al Khoiry, Shoffi Sobaruddin Akbar, I. M. (2026). Transformasi Digital UMKM Desa Gemulak melalui Pemasaran Digital dan Generative AI untuk Penguatan Branding Usaha. *Abdi Cendikia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 1695–1702.
- M.Ghufroni An'ars, Nirwana Hendrastuty, Damayanti, A. D. P. (2023). Perancangan Teks Promosi UMKM Sikop Arrum Batik Menggunakan Program Berbasis AI ChatGPT. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Tabikpun*, 4(1), 11–18. <https://doi.org/10.23960/jpkmt.v4i1.109>
- Muhammad Sholeh, Suraya, R. Y. R. (2023). Penggunaan aplikasi canva sebagai desain konten promosi bagi pelaku umkm. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 107–113.
- Muhardono, A., Sunarjo, W. A., Murty, D. A., & Aji, S. B. (2024). Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi Artificial Intellegence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat I-Com: Indonesian Community Journal*, 4(3), 1959–

1968.

- Popa, R. C. (2025). Modeling AI Adoption in SMEs for Sustainable Innovation : A PLS-SEM Approach Integrating TAM , UTAUT2 , and Contextual Drivers. *MDPI Sustainability*.
- Praja, E., Panggabean, A., Purba, M. I., & Nasution, I. A. (2025). AI-Powered Social Media Marketing and Digital Wallet Adoption for SMEs in Tanjung Morawa District. *Gandrung: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 2368–2378.
- Redjeki, R.S., Nurwahyudi, E., Purwatiningtyas, Hartono, B. and Wismarini, T. D. (2025). Pemanfaatan Gemini AI untuk Kreasi Konten Visual Promosi UMKM Kota Semarang Utilization of Gemini AI for Promotional Visual Content Creation in MSMEs of Semarang City 1 . LATAR BELAKANG Perkembangan pesat Kecerdasan Buatan Generatif (GenAI), terutama mo. *Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian Dan Perubahan Sosial*, 2(November).
- Soomro, R. B., Al-rahmi, W. M., Dahri, N. A., Almuqren, L., Al-mogren, A. S., & Aldaijy, A. (2025). OPEN A SEM – ANN analysis to examine impact of artificial intelligence technologies on sustainable performance of SMEs. *Nature Portfolio, Scientific Reports*, 1–24.