

PEMBERDAYAAN EKONOMI IBU AISYIYAH DESA KENONGO MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN BISNIS DIGITAL DAN PEMANFAATAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI)

Fitri Nur Latifah¹, Anis Fariyah², Ruli Astuti³, Nimas Puti Anggraini⁴, Abdillah Rosyadi⁵, Erdita Aulia Rosyidah⁶

¹Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Email : fitri.latifah@umsida.ac.id

² Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Email: anisfariyah@umsida.ac.id

³ Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Email: ruli.astuti@umsida.ac.id

⁴ Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Email: nimazputrianggraini@gmail.com

⁵ Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Email: abdillahrosyadi86@gmail.com

⁶ Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Email: erditaaulia12@gmail.com

ABSTRACT

The Ibu Aisyiyah group in Kenongo Village possesses diverse micro-business potential but faces challenges in traditional management, mixed financial records, and low digital literacy. This community service activity aims to enhance the partners' economic capacity through digital business management training and Artificial Intelligence (AI) technology. The implementation method included planning, E-Module development, practical financial and marketing training, and intensive mentoring. Results showed a significant improvement in partners' digital financial recording skills and proficiency in producing promotional content using generative AI tools like ChatGPT, Gemini, and Canva AI. Outputs, including an IPR-registered E-Module and documentation videos, were successfully realized. This program demonstrates that digital and AI technology adaptation strengthens local MSME competitiveness and supports women's economic independence in line with SDGs points 5 and 8.

Keywords: Digital Business Management, Artificial Intelligence (AI), Ibu Aisyiyah, MSMEs, Kenongo Village.

ABSTRAK

Kelompok Ibu Aisyiyah Desa Kenongo memiliki potensi usaha mikro yang beragam, namun menghadapi kendala manajemen tradisional, keuangan yang belum terpisah, dan rendahnya literasi digital. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas ekonomi mitra melalui pelatihan manajemen bisnis digital dan pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI). Metode pelaksanaan meliputi tahap perencanaan, penyusunan E-Modul operasional, pelatihan praktis manajemen keuangan dan pemasaran digital, hingga pendampingan intensif. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kemampuan mitra dalam pencatatan keuangan digital dan kemahiran memproduksi konten promosi menggunakan tools AI generatif seperti ChatGPT, Gemini, dan Canva AI. Luaran berupa E-Modul terdaftar HKI dan video dokumentasi berhasil direalisasikan, Program ini membuktikan bahwa adaptasi teknologi digital dan AI memperkuat daya saing UMKM lokal serta mendukung kemandirian ekonomi perempuan selaras dengan SDGs poin 5 dan 8.

Kata Kunci: Manajemen Bisnis Digital, Artificial Intelligence (AI), Ibu Aisyiyah, UMKM, Desa Kenongo.

PENDAHULUAN

Desa Kenongo adalah salah satu desa di kabupaten Sidoarjo yang memiliki potensi besar dalam pengembangan usaha mikro berbasis komunitas, khususnya yang dikelola oleh kelompok Ibu Aisyiyah (Latifah dkk., 2019, dan Latifah dkk., 2020). Sebagai organisasi perempuan yang aktif dalam pemberdayaan ekonomi, Ibu Aisyiyah di Desa Kenongo telah berupaya meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui berbagai jenis usaha, mulai dari produksi batik (dahulu ada beberapa sentra batik yang terkenal), makanan olahan (seperti kripik dan kue basah), hingga kerajinan rumah tangga (Dewi dkk., 2021). Secara kelembagaan, kelompok ini memiliki struktur yang rapi, namun untuk kegiatan ekonomi produktif, pengelolaan yang dilakukan masih bersifat individu dan belum optimal dalam bentuk kolaborasi usaha bersama.

Meskipun memiliki potensi produk yang beragam, para pelaku UMKM Ibu Aisyiyah menghadapi kendala serius di bidang manajemen bisnis dan pemasaran. Dari sisi hulu, sebagian besar anggota masih mengelola usaha secara tradisional dengan pencatatan keuangan yang sederhana dan sering kali bercampur dengan keuangan rumah tangga. Kurangnya pemahaman mengenai strategi permodalan yang terstruktur, termasuk pemanfaatan platform *fintech peer-to-peer lending* Syariah, menyebabkan usaha sulit berkembang dan sering mengalami stagnasi (Latifah, 2018, dan Yunita, 2019).

Dari sisi hilir, pemasaran produk masih sangat terbatas pada lingkup lokal dan mengandalkan sistem dari mulut ke mulut (Djamaludin, 2016). Rendahnya literasi digital menjadi penghambat utama bagi anggota untuk memanfaatkan platform digital seperti media sosial, *marketplace*, maupun aplikasi bisnis. Akibatnya, produk-produk berkualitas yang dihasilkan kurang kompetitif karena tidak didukung oleh kemasan yang menarik, katalog digital, maupun strategi promosi yang sistematis (Firly, 2024, Febriyantoro dan Arisandi, 2018).

Peluang Pemanfaatan AI dan Teknologi Digital Di era digital saat ini, perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) menawarkan peluang besar untuk mendukung efisiensi usaha, mulai dari analisis tren pasar hingga pembuatan konten pemasaran yang tepat sasaran. Namun, bagi sebagian besar anggota Ibu Aisyiyah, teknologi AI masih dianggap sebagai hal yang rumit dan jauh dari kebutuhan harian mereka. Padahal, pemanfaatan AI yang sederhana, seperti asisten chat untuk membalas pesan pelanggan atau alat desain otomatis, dapat sangat membantu mempercepat pekerjaan administratif dan kreatif para ibu pelaku UMKM (Chapoto dan Aboagye, 2017 dan Muhardono dkk., 2024)

Berdasarkan analisis situasi tersebut, maka tim kami yang terdiri dari ketua Dr. Fitri Nur Latifah, S.E., M.E.Sy. dengan anggota Ibu Anis Farihah, S.Th.I., M.Th.I., dan ibu Ruli Astuti, S.S., M.Pd.I., melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan solusi komprehensif melalui pelatihan yang terstruktur. Fokus utama kegiatan ini adalah:

1. Peningkatan kapasitas manajemen bisnis melalui pengenalan aplikasi pencatatan keuangan digital dan penyusunan rencana bisnis sederhana
2. Digitalisasi pemasaran dengan membekali mitra keterampilan menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, WhatsApp Business) dan *marketplace*

3. Pelatihan pemanfaatan AI generatif (seperti Canva AI, ChatGPT, atau Gemini) untuk pembuatan konten promosi, *copywriting* iklan, dan desain logo yang lebih menarik

Program ini dirancang untuk menciptakan kemandirian ekonomi bagi Ibu Aisyiyah Desa Kenongo, sehingga mereka mampu memperkuat daya saing produk dan memperluas jangkauan pasar di era ekonomi digital. Selain itu, kegiatan ini mendukung pencapaian SDGs poin 5 tentang kesetaraan gender dan poin 8 mengenai pekerjaan layak serta pertumbuhan ekonomi (Yojana dkk, 2023).



Gambar 1. Beberapa Gerobak dagang UMKM Desa Kenongo

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat (PKM) ini dirancang secara sistematis untuk mengatasi permasalahan mitra Ibu Aisyiyah Desa Kenongo, khususnya pada aspek manajemen bisnis digital dan pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI). Tahapan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui lima (5) langkah utama yang dimulai dengan Tahap Perencanaan (Planning). Pada fase awal, tim melakukan analisis situasi melalui survei lapangan dan wawancara mendalam dengan pengurus kelompok Ibu Aisyiyah Desa Kenongo juga ibu pimpinan ranting Aisyiyah Desa Kenongo Hj. Suhertiningsih untuk memetakan profil usaha mitra, mengidentifikasi kendala pencatatan keuangan, serta mengukur literasi digital awal. Data baseline yang dikumpulkan, seperti omzet rata-rata dan ketersediaan perangkat digital, kemudian menjadi landasan bagi Tahap Pembuatan Modul (Module Development). Dalam tahap ini, tim menyusun E-Modul Pelatihan Pemanfaatan Platform Digital dan AI yang dirancang secara praktis. Modul tersebut mencakup delapan materi inti, mulai dari pengenalan AI untuk UMKM hingga penggunaan AI Assistant, yang dilengkapi dengan bank prompt siap pakai untuk memudahkan interaksi mitra dengan teknologi kecerdasan buatan dengan judul E- Modul Pemanfaatan Platform Digital dalam Manajemen Bisnis Serta Pemasaran Ibu Aisyiyah dan sudah terdaftar HKI dengan nomor: EC002026040611

Selanjutnya, program memasuki Tahap Pelaksanaan Sosialisasi dan Pelatihan (Execution) yang diselenggarakan melalui metode workshop dan praktik langsung dengan dua fokus utama. Fokus pertama adalah manajemen bisnis dan permodalan, di mana mitra dilatih melakukan pencatatan keuangan digital serta penyusunan rencana bisnis sederhana. Fokus kedua diarahkan pada pemasaran digital dan AI, yang melatih mitra

menggunakan alat AI generatif seperti Canva AI dan ChatGPT untuk kebutuhan desain logo, copywriting, hingga riset konten promosi. Pasca pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan Tahap Pendampingan Usaha (Mentoring) selama minimal enam bulan. Pendampingan dilakukan secara intensif melalui grup WhatsApp untuk memantau data penjualan serta membantu penyelesaian kendala teknis, sembari menginisiasi pembentukan Unit Usaha Bersama (UUB) sebagai wadah pemasaran kolektif bagi produk unggulan anggota.

Sebagai langkah penutup, dilakukan Tahap Evaluasi Kegiatan (Evaluation) secara berkala menggunakan instrumen kuesioner, pre-test, dan post-test. Evaluasi ini bertujuan mengukur peningkatan pemahaman mitra berdasarkan indikator keberhasilan yang nyata, seperti jumlah akun marketplace aktif, volume konten promosi berbasis AI, serta target peningkatan omzet usaha minimal 20%. Seluruh hasil evaluasi tersebut kemudian dirumuskan bersama mitra dalam sebuah forum untuk menjamin keberlanjutan program secara mandiri di masa depan.



Gambar 4. Kegiatan Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan untuk meningkatkan performa tata kelola usaha kelompok Ibu Aisyiyah Desa Kenongo dari sistem tradisional menuju ekosistem digital berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Pelaksanaan dilakukan melalui tahapan yang sistematis, dimulai dari identifikasi kebutuhan dan pengambilan data *baseline* untuk memetakan kendala utama mitra dalam aspek hulu (produksi/permodalan) dan hilir (pemasaran). Fokus utama kegiatan ini adalah membekali mitra dengan kemampuan manajemen usaha digital dan pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan sebagai asisten bisnis. Peningkatan Kapasitas Manajemen Usaha dan Permodalan Hasil dari tahapan manajemen menunjukkan perubahan signifikan pada pola pikir mitra dalam mengelola keuangan.

Sebelum kegiatan, sebagian besar mitra mencampurkan keuangan usaha dengan keuangan rumah tangga secara manual. Melalui pelatihan pencatatan keuangan digital menggunakan aplikasi seperti BukuKas dan Excel, mitra kini mampu menyusun laporan laba-rugi sederhana secara mandiri melalui ponsel mereka. Selain itu, mitra dibekali kemampuan menyusun rencana bisnis (*business plan*) sederhana yang mencakup analisis SWOT dan proyeksi keuntungan. Pendampingan pada aspek permodalan juga memberikan

wawasan baru mengenai akses pembiayaan syariah dan *fintech peer-to-peer lending* sebagai solusi alternatif untuk mengatasi stagnasi modal yang selama ini dialami mitra. Implementasi Pemasaran Digital dan Pemanfaatan AI Pada aspek pemasaran, kegiatan ini berhasil meningkatkan literasi digital mitra melalui digitalisasi identitas usaha di berbagai platform media sosial dan *marketplace* seperti Shopee dan Instagram. Salah satu keberhasilan utama adalah kemampuan mitra dalam memanfaatkan *tools* AI generatif seperti Canva AI, ChatGPT, dan Gemini AI.

Mitra menggunakan AI sebagai asisten untuk mempercepat pekerjaan kreatif yang sebelumnya dianggap sulit, seperti pembuatan teks iklan (*copywriting*), desain konten promosi, hingga riset kata kunci produk. Berdasarkan hasil praktik, AI terbukti membantu mitra menghasilkan konten pemasaran yang lebih profesional secara visual dan tekstual, sehingga meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam mempromosikan produk unggulan Desa Kenongo seperti batik dan makanan olahan.

Pembahasan Penerapan IPTEKS berbasis digital dan AI bagi kelompok Ibu Aisyiyah Desa Kenongo telah menjawab persoalan rendahnya daya saing produk lokal di era ekonomi digital. AI tidak diposisikan untuk menggantikan kreativitas mitra, melainkan sebagai alat bantu efisiensi waktu dalam mengelola konten dan layanan pelanggan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa pemanfaatan AI dapat memperkuat daya saing UMKM melalui pemasaran yang lebih tepat sasaran. Secara lebih luas, keberhasilan program ini mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), khususnya pada poin kesetaraan gender dengan memberdayakan perempuan secara ekonomi, serta mendukung pertumbuhan ekonomi melalui pekerjaan yang layak.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini secara efektif telah mentransformasi tata kelola usaha kelompok Ibu Aisyiyah Desa Kenongo dari sistem tradisional menuju ekosistem digital berbasis Artificial Intelligence (AI). Melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan, mitra kini memiliki kemampuan untuk melakukan pencatatan keuangan digital yang terpisah dari keuangan rumah tangga serta memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai strategi permodalan dan perencanaan bisnis yang terukur.

Dalam aspek pemasaran, penerapan teknologi AI (seperti Canva AI, ChatGPT, dan Gemini) terbukti menjadi solusi efisiensi bagi mitra dalam memproduksi konten promosi profesional, desain kemasan, hingga pengelolaan layanan pelanggan melalui *AI assistant*. Digitalisasi identitas usaha di platform *marketplace* dan media sosial tidak hanya memperluas jangkauan pasar mitra, tetapi juga meningkatkan daya saing produk unggulan lokal di era ekonomi digital.

Keberlanjutan program ini didukung oleh dua instrumen utama: ketersediaan E-Modul (Latifah, 2026) sebagai panduan praktis operasional mandiri bagi mitra. Secara luas, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata terhadap pencapaian IKU perguruan tinggi melalui kolaborasi dosen-mahasiswa, serta mendukung SDGs poin 5 (Kesetaraan Gender) dan SDGs poin 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui pemberdayaan ekonomi perempuan di tingkat desa.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan (Diktilitbang) Pimpinan Pusat Muhammadiyah melalui program RisetMu Batch IX tahun 2025 dengan nomor kontrak: 0259.802/I.3/D/2025 yang telah memberikan dukungan pendanaan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik.

Apresiasi juga penulis sampaikan kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo atas dukungan kelebagaannya, serta kepada Pimpinan Ranting Aisyiyah Desa Kenongo beserta seluruh anggotanya yang telah berpartisipasi aktif sebagai mitra dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari persiapan hingga implementasi digitalisasi usaha. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat memberikan dampak berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi perempuan pelaku UMKM di Desa Kenongo..

DAFTAR RUJUKAN

- A. Muhardono, W. A. Sunarjo, D. A. Murty, S. B. Aji, and T. L. Sari, "Pelatihan Optimalisasi Konten Marketing menggunakan Aplikasi Artificial Intelligence (AI) bagi UMKM Kampoeng Batik Kauman Pekalongan," *I-Com Indones. Community J.*, vol. 4, no. 3, pp. 1959–1968, 2024, doi: 10.33379/icom.v4i3.5108.
- D. Djamaludin, A. Aviasti, and O. Rukmana, "Peningkatan Kemampuan Usaha Kecil Menengah Di Wilayah Bandung Raya Dalam Pemanfaatan Internet Sebagai Sarana Pemasaran Dan Perluasan Jangkauan Pasar," *ETHOS (Jurnal Penelit. dan Pengabdian)*, vol. 5, p. 125, 2016, doi: 10.29313/ethos.v0i0.1682.
- F. N. Latifah, A. Farihah, and R. Astuti, *E-Modul Pemanfaatan Platform Digital dalam Manajemen Bisnis serta Pemasaran Ibu Aisyiyah*, 1st ed. Sidoarjo, 2026.
- F. N. Latifah, M. R. Maika, and N. Ariyanti, "PKM Geo UMKM Desa Kenongo," *J. Pemberdaya. Publ. Has. Pengabdi. Kepana Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 259–266, 2019, doi: <https://doi.org/10.12928/jp.v3i1.756>.
- F. N. Latifah, M. R. Maika, and M. Masruchin, "Keberlanjutan Usaha Batik Khas Desa Kenongo Melalui Less Contact Transaction (Transaksi Minim Kontak)," in *The 2st National Conference on Education, Social Science, and Humaniora "Potensi Penelitian dan Pengabdian di Era New Normal"*, 2020, vol. 2, pp. 37–41.
- F. N. Latifah, "Manajemen Bisnis Ibu Rumah Tangga yang Bankable di Desa Kenongo," in *Proceeding of Community Development*, 2018, vol. 2, pp. 139–144. doi: <https://doi.org/10.30874/comdev.2018.184> "Memperkuat Produktivitas untuk Ketahanan Ekonomi Nasional" TIPE.
- M. T. Febriyantoro and D. Arisandi, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean," *JMD J. Ris. Manaj. Bisnis Dewantara*, vol. 1, no. 2, pp. 61–76, 2018, doi:

10.26533/jmd.v1i2.175.10.32528/jpmi.v7i1.5267.

- R. M. Yojana, D. Surjasa, Y. K. Ningsih, D. Sugiarto, and D. U. Daihani, "Peran UMKM Dalam Penerapan SDGs (Sustainable Development Goals) Di Yayasan Bina Umat Kelapa Dua," *Abdimas Univers.*, vol. 5, no. 2, pp. 218–225, 2023, doi: 10.36277/abdimasuniversal.v5i2.309.
- R. R. I. M. T. Yunita, "Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Melalui Customer Relationship Management," *J. ABDIMAS BSI J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 80–88, 2019.
- S. R. Dewi, S. Sriyono, and S. Sumartik, "Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Kenongo Melalui Branding dan Legalitas Produk Di Masa Pandemi Covid-19," *J. Pengabd. Masy. IPTEKS*, vol. 7, no. 1, pp. 95–101, 2021, doi:
- T. Chapoto and A. Q. Q. Aboagye, "African innovations in harnessing farmer assets as collateral," *African J. Econ. Manag. Stud.*, vol. 8, no. 1, pp. 66–75, 2017, doi: 10.1108/AJEMS-03-2017-144.
- W. Firly, "Transformasi Pemasaran Menggunakan Kecerdasan Buatan (AI) Untuk Mendorong Kemajuan UMKM Di Aceh Bireuen," *J. Manaj. Dan Bisnis*, vol. 3, no. 2, pp. 181–192, 2024, doi: 10.36490/jmdb.v3i2.1551.