

Pendampingan Pemasaran Digital: Pembuatan *Caption Storytelling* di WhatsApp dan Instagram Menggunakan *Generative AI* bagi Ibu Rumah Tangga Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo

Nashrudin Latif ¹, Suharyanto ², Sigit Prihanto Utomo ³, Fauziyah ⁴, Bambang D.W. ⁵,
Gani Putra Fiantono⁶, Faradillah Septianti ⁷

^{1,2,6,7}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

^{3,4,5}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : nashrudin@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pemasaran digital ibu rumah tangga pelaku UMKM di Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo, melalui pelatihan pembuatan *caption storytelling* di platform WhatsApp dan Instagram dengan memanfaatkan teknologi *Generative AI*. Melalui pendekatan pelatihan langsung (*hands-on training*), program ini berfokus pada penguasaan rumus prompt berbasis formula "Siapa Saya + Apa Produknya + Cerita di Balikinya + Target Pembaca + Hook" yang dirancang sederhana dan mudah diterapkan oleh peserta pemula. Kegiatan ini menyoar ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha di bidang minuman dan makanan ringan, dengan target pasar sesama ibu rumah tangga. Hasil dari kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta menghasilkan konten promosi yang emosional, relatable, dan menarik secara digital. Dampak positif lainnya mencakup peningkatan kepercayaan diri dalam berjualan secara daring serta pergeseran pendekatan dari *hard-selling* menuju *storytelling* yang lebih persuasif. Kesimpulannya, pemanfaatan *Generative AI* sebagai alat bantu penulisan *caption* terbukti efektif dan aksesibel bagi pelaku UMKM berbasis rumah tangga di perdesaan.

Kata Kunci: pemasaran digital, *caption storytelling*, *Generative AI*, WhatsApp, Instagram.

ABSTRACT

This community service program aims to enhance the digital marketing capabilities of housewife micro-entrepreneurs in Jimbaran Wetan Village, Sidoarjo, through training on the creation of storytelling captions on WhatsApp and Instagram using Generative AI technology. Through a direct hands-on training approach, the program focuses on mastering a simplified prompt formula — "Who I Am + What the Product Is + The Story Behind It + Target Audience + Hook" — designed to be accessible to beginner users. The activity targets housewives engaged in beverage and light snack businesses, with fellow housewives as the primary target market. Results indicate a significant improvement in participants' ability to produce emotionally resonant, relatable, and digitally engaging

promotional content. Additional positive impacts include increased confidence in online selling and a shift from hard-selling to a more persuasive storytelling approach. In conclusion, the use of Generative AI as a caption-writing tool has proven effective and accessible for home-based MSME entrepreneurs in rural settings.

Keywords: digital marketing, caption storytelling, Generative AI, WhatsApp, Instagram.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis rumah tangga memiliki peran strategis dalam memperkuat ekonomi lokal di tingkat desa. Di Desa Jimbaran Wetan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo, terdapat sejumlah ibu rumah tangga yang menjalankan usaha di bidang minuman dan makanan ringan sebagai sumber pendapatan tambahan keluarga. Potensi usaha ini cukup besar, namun terkendala oleh keterbatasan dalam hal strategi pemasaran, khususnya di ranah digital.

Berdasarkan observasi awal yang dilakukan tim pengabdian, sebagian besar pelaku UMKM rumah tangga di Desa Jimbaran Wetan masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan unggahan media sosial yang bersifat *hard-selling*, sekadar mencantumkan foto produk, harga, dan nomor kontak. Kondisi ini mencerminkan pola wirausaha yang belum mampu beradaptasi dengan ketidakpastian pasar digital dan belum memanfaatkan inovasi sebagai strategi pertumbuhan usaha (Ryman & Roach, 2024).

Masalah yang Dihadapi Pelaku UMKM Desa Jimbaran Wetan

Berdasarkan hasil survei awal dan diskusi dengan perangkat desa, beberapa kendala utama yang dihadapi ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Jimbaran Wetan adalah sebagai berikut:

- Keterbatasan kemampuan menulis konten promosi yang menarik dan persuasif untuk platform digital seperti WhatsApp Status dan Instagram.
- Rendahnya literasi teknologi dalam pemanfaatan aplikasi kecerdasan buatan (AI) sebagai alat bantu kreatif, meskipun hampir seluruh peserta telah memiliki smartphone Android.
- Minimnya pemahaman tentang perbedaan strategi konten antara platform WhatsApp (yang menuntut pesan singkat dan langsung) dengan Instagram (yang lebih efektif dengan narasi emosional panjang).
- Kurangnya kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi baru, yang menghambat adopsi alat-alat digital pemasaran.

Pentingnya Pemasaran Digital Berbasis *Storytelling* dan AI

Dalam era digital saat ini, konten yang berbasis cerita (*storytelling content*) terbukti lebih efektif membangun koneksi emosional dengan audiens dibandingkan pendekatan promosi langsung. Kemampuan menciptakan nilai dari sumber daya lokal yang tersedia, termasuk kisah autentik di balik proses produksi; merupakan prinsip efektivitas yang relevan bagi wirausahawan di komunitas perdesaan (Keskin & Markus, 2022). Ketiga elemen *storytelling*: proses pembuatan, perjuangan usaha, dan nilai personal produk, sangat relevan dengan karakteristik ibu-ibu pelaku UMKM yang memiliki cerita berharga di balik setiap produk yang mereka buat.

Di sisi lain, perkembangan teknologi Generative AI membuka peluang baru bagi pelaku UMKM pemula untuk merancang solusi pemasaran inovatif tanpa memerlukan

keahlian teknis tinggi. Perpaduan antara cara berpikir desain (*design thinking*) dan prinsip efektivitas; yakni berangkat dari sumber daya yang sudah ada di tangan, termasuk *smartphone* dan akun media sosial yang dimiliki, memungkinkan wirausahawan menemukan cara-cara kreatif yang *accessible* dan langsung dapat diterapkan (Klenner et al., 2022). Dengan pendampingan yang tepat, ibu-ibu di Desa Jimbaran Wetan dapat memanfaatkan teknologi AI ini sebagai "asisten pintar" untuk membantu mereka menulis *caption* promosi yang menarik dalam hitungan detik.

Tujuan Program

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberikan pelatihan langsung (*hands-on training*) kepada ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo. Tujuan utama dari program ini adalah:

- Meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat *caption storytelling* yang emosional dan menarik untuk platform WhatsApp Status dan Instagram, menggunakan panduan *prompt Generative AI* yang disederhanakan.
- Memperkenalkan dan memfasilitasi penggunaan aplikasi *Generative AI* (*ChatGPT/Google Gemini*) secara praktis di atas *smartphone* masing-masing peserta.
- Mendorong pergeseran pendekatan promosi dari *hard-selling* menuju *storytelling* yang lebih persuasif dan relevan dengan psikologi konsumen digital.
- Menghasilkan karya nyata berupa konten promosi yang siap diunggah oleh setiap peserta pada akhir sesi pelatihan.

Manfaat Program

Manfaat dari program ini dirasakan secara langsung oleh peserta maupun secara tidak langsung oleh ekosistem ekonomi desa. Secara individual, ibu-ibu pelaku UMKM mendapatkan keterampilan baru yang dapat diaplikasikan secara mandiri dan berkelanjutan. Secara komunal, peningkatan kapasitas pemasaran digital UMKM lokal diharapkan berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga dan pengembangan ekonomi Desa Jimbaran Wetan secara menyeluruh. Program ini juga diharapkan dapat menjadi model replikasi untuk desa-desa lain dengan karakteristik serupa di wilayah Sidoarjo dan sekitarnya.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan langsung (*hands-on training*) kepada ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo. Pendekatan berbasis komunitas lokal, yang mengutamakan konteks sosial-budaya peserta sebagai fondasi desain program, terbukti relevan dalam meningkatkan partisipasi dan efektivitas kegiatan pemberdayaan masyarakat (Latif et al., 2022). Pelatihan diselenggarakan secara luring (*offline*) di balai desa, sehingga memungkinkan

interaksi langsung antara instruktur dan peserta serta memfasilitasi pendampingan individual saat praktik berlangsung.

Metode pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi tiga tahapan utama yang dirancang secara berurutan dan saling melengkapi:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan perangkat Desa Jimbaran Wetan untuk mengidentifikasi peserta sasaran, menyusun modul pelatihan, dan menyiapkan seluruh bahan ajar. Bahan ajar utama berupa Lembar Panduan Teknis (Lembar Praktik) yang dicetak dalam format buku saku (A5) untuk dibagikan kepada setiap peserta. Panduan ini memuat langkah-langkah praktis yang disusun dalam bahasa sehari-hari tanpa jargon teknis, sehingga mudah dipahami oleh ibu-ibu dengan literasi digital minimal. Tahap persiapan juga mencakup pengujian akses aplikasi Generative AI (Google Gemini dan ChatGPT) melalui peramban smartphone untuk memastikan kelancaran sesi praktik.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam satu hari penuh yang dibagi menjadi beberapa sesi, yaitu:

- Sesi 1: Pengenalan Konsep: Instruktur menjelaskan perbedaan antara hard-selling dan storytelling dalam pemasaran digital, disertai contoh nyata caption WhatsApp dan Instagram dari produk-produk sejenis (makanan ringan dan minuman). Peserta diajak mendiskusikan mengapa caption bercerita lebih efektif menarik perhatian dan menimbulkan niat beli.
- Sesi 2: Pengenalan Generative AI: Peserta didampingi untuk membuka dan login ke aplikasi Generative AI di smartphone masing-masing. Instruktur menjelaskan konsep dasar prompt (perintah kepada AI) menggunakan analogi "asisten pintar yang menunggu perintah Ibu", sehingga peserta tidak merasa intimidasi oleh teknologi.
- Sesi 3: Praktik Pembuatan Caption: Ini merupakan sesi inti pelatihan. Setiap peserta dipandu untuk menggunakan Rumus JITU+ (Jualan + Identitas + Target + Unik + Hook) yang disederhanakan menjadi formula: Siapa Saya + Apa Produknya + Cerita di Baliknyanya + Target Pembaca + Hook. Peserta mengisi template prompt yang telah disediakan sesuai produk masing-masing, kemudian mengirimkan perintah tersebut ke AI dan menyunting hasilnya.
- Sesi 4: Distribusi Konten: Peserta diajarkan cara memposting caption hasil AI ke WhatsApp Status (format singkat, 2–3 kalimat, langsung ke poin) dan Instagram (format storytelling, satu paragraf padat yang emosional). Setiap peserta didampingi untuk menyelesaikan minimal satu unggahan nyata sebelum sesi berakhir.

3. Tahap Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua mekanisme. Pertama, evaluasi proses, yakni observasi langsung oleh instruktur terhadap kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi AI dan menghasilkan caption selama sesi praktik. Kedua, evaluasi hasil, yakni penilaian terhadap kualitas konten yang dihasilkan oleh masing-masing peserta berdasarkan kriteria: (a) kesesuaian formula prompt, (b) kualitas narasi yang dihasilkan AI, dan (c) ketepatan distribusi konten di platform yang sesuai. Peserta yang berhasil menghasilkan konten terbaik mendapatkan apresiasi sebagai bentuk penguatan motivasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pembuatan caption storytelling berbasis Generative AI dilaksanakan secara luring di balai Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo, dan diikuti oleh ibu-ibu pelaku UMKM yang bergerak di bidang minuman dan makanan ringan. Pelatihan dibagi menjadi beberapa sesi materi yang disampaikan secara berurutan, menyesuaikan kapasitas dan kebutuhan peserta (Gambar 1).

Gambar 1. Panduan

The infographic is titled "Jago Jualan dengan Storytelling & AI: Panduan Praktis untuk Ibu Rumah Tangga Desa Jimbaran Wetan". It is divided into four main sections:

- BAGIAN 1: PENGUATAN MINDSET (HARD-SELLING VS STORYTELLING)**
 - Tinggalkan Hard-Selling, Molalah Storytelling!**: Shows a jar of cookies with a red 'X' over it, indicating that hard-selling is discouraged.
 - Apa yang Diceritakan dalam Storytelling?**: Illustrates a woman at a market stall. Text: "Ceritakan proses pembuatan, bahan berkualitas, perjuangan usaha, dan testimoni pelanggan untuk bangun kedekatan emosional."
- BAGIAN 2: PRAKTIK GENERATIVE AI (ASISTEN PINTAR DI SAKU IBU)**
 - AI adalah 'Asisten Pintar' Pribadi Ibu**: Shows icons for Google Gemini and ChatGPT. Text: "Anggaplah AI sebagai asisten yang selalu siap buatkan tulisan promosi bagus dalam hitungan detik."
 - Akses Mudah Lewat Smartphone**: Shows a hand holding a smartphone. Text: "Cukup buka browser HP Android, masuk akun Gmail, tidak perlu aplikasi rumit."
- BAGIAN 3: RUMUS PROMPT JITU+ (ASISTEN PINTAR DI SAKU IBU)**
 - Text: "Gunakan Formula: JITU+" followed by a 5-step formula:
 1. SIAPA SAYA (Contoh: ibu pemilik usaha kopi)
 2. APA PRODUKNYA (Contoh: Keripik singkong pedes)
 3. CERITA DI BALIKNYA (Contoh: Resep warisan nanak, sangkang pilinan)
 4. TARGET PEMBACA (Contoh: Pecinta pedas, ibu-ibu anakan)
 5. HOOK (Rahimmet menarik perhatian: "Dijamin nagmi!")
 - Text: "Cukup buka browser HP Android, masuk akun Gmail, gmail, tidak perlu aplikasi rumit."
- BAGIAN 4: STRATEGI DISTRIBUSI & KOLABORASI**
 - Strategi 3 Status Bersambung di WhatsApp**: Shows three sequential status cards:
 1. Status 1 (Foto proses + Hook)
 2. Status 2 (Foto produk + Cerita utama)
 3. Status 3 (Ajakan beli + Harga + Kontak)
 - Maju Bersama dengan "Tutor Sebaya"**: Illustrates two women talking. Text: "Belajar teknologi lebih mudah jika saling membantu. Peserta yang sudah paham membantu rekan di sebelahnya."

Materi 1: Penguatan Mindset, dari Hard-Selling ke Storytelling

Materi pertama disampaikan oleh Nashrudin Latif, yang membuka sesi dengan diskusi interaktif mengenai perbedaan mendasar antara promosi konvensional (hard-selling) dan pendekatan storytelling dalam konteks pemasaran digital UMKM. Peserta diajak membandingkan dua contoh nyata caption: satu berisi "Ready peyek kacang, 15rb, minat DM" versus caption bercerita yang menggambarkan pengalaman bangun subuh, memilih kacang terbaik di pasar, dan kepuasan saat produk renyah sempurna di tangan pelanggan pertama.

Respons peserta sangat antusias, mayoritas mengakui bahwa mereka lebih tertarik dan ingin mencoba produk setelah membaca narasi kedua. Ini menjadi titik balik penting dalam pelatihan: peserta secara organik memahami mengapa storytelling lebih efektif, sebelum mereka diajarkan cara melakukannya.

Materi 2: Pengenalan Generative AI sebagai "Asisten Pintar"

Pada materi kedua, tim instruktur mendampingi peserta untuk membuka aplikasi Generative AI (Google Gemini melalui browser HP atau ChatGPT) di smartphone masing-masing. Proses login menggunakan akun Gmail yang sudah dimiliki peserta dipandu satu per satu. Konsep dasar tentang cara memberikan perintah (prompt) kepada AI dijelaskan menggunakan analogi bahasa sehari-hari: "Ibu tinggal ngobrol sama asisten pintarnya, kasih tahu mau jualan apa, ceritanya gimana, dan untuk siapa, nanti dia yang buat tulisannya."

Momen ketika AI secara otomatis menghasilkan teks caption dalam hitungan detik menjadi turning point emosional yang sangat kuat bagi peserta. Sebagian besar ibu-ibu mengekspresikan kekaguman dan langsung termotivasi untuk mencoba sendiri tanpa pendampingan. Efek *quick win* ini terbukti signifikan dalam menurunkan hambatan psikologis terhadap teknologi.

Materi 3: Rumus Prompt JITU+ untuk WhatsApp dan Instagram

Sesi inti pelatihan difokuskan pada penguasaan formula prompt yang telah dirancang tim pengabdian: Siapa Saya + Apa Produknya + Cerita di Baliknyanya + Target Pembaca + Hook. Formula ini disederhanakan menjadi format template isian (fill-in-the-blank) yang dicetak di Lembar Panduan Teknis masing-masing peserta. Setiap peserta cukup mengisi bagian dalam tanda kurung [...] sesuai produk dan cerita mereka, lalu menyalinnya ke aplikasi AI.

Untuk platform Instagram, peserta diarahkan menggunakan prompt yang menghasilkan satu paragraf utuh berisi narasi emosional yang relatable bagi sesama ibu rumah tangga, mengawali dengan hook berupa pertanyaan yang menyentuh kondisi sehari-hari, kemudian menceritakan proses atau perjuangan di balik produk, dan menutup dengan ajakan lembut untuk mencoba. Berikut contoh prompt yang dipraktikkan peserta:

"Halo AI, saya ibu rumah tangga yang jualan Keripik Singkong Balado Bumbu Medok. Tolong buat caption Instagram yang emosional dan"

bercerita, khusus untuk dibaca sesama ibu-ibu. Syarat utamanya: Tulis hanya dalam SATU paragraf utuh yang padat. Di dalam paragraf tersebut, gabungkan cerita tentang rasa lelah ibu-ibu saat pusing menghadapi anak yang susah makan sayur dan maunya jajan terus, lalu ceritakan kepuasan saya saat berhasil membuat produk ini karena rasanya enak, anak-anak suka, dan saya lega karena tanpa pengawet sama sekali. Akhiri dengan sapaan hangat untuk sesama ibu-ibu agar mencoba produk ini. Bahasanya jujur, menyentuh hati, dan pakai emoji yang pas."

Contoh Jawaban dari Gemini AI:

"Halo Bun... Jujur, ada hari-hari di mana rasanya mau nangis berdiri di dapur, kepala pusing tujuh keliling mikirin si kecil yang GTM, setiap disuapin sayur selalu lepeh, tapi kalau urusan jajan maunya bolak-balik terus ke warung sampai bikin elus dada. Berangkat dari rasa lelah dan cemas itulah, aku putar otak dan lahirlah Keripik Singkong Balado Bumbu Medok ini; rasa puas dan bahagianya luar biasa banget waktu ngelihat anak-anak malah lahap ngemil ini sambil ketagihan, dan yang paling bikin hati aku sebagai ibu lega seketika adalah karena camilan ini buatan tangan sendiri yang dijamin 100% tanpa pengawet sama sekali. Yuk, sesama pejuang bekal dan ketenangan rumah, peluk jauh dari aku dan silakan dicoba ya Bun camilan jujur penuh cinta ini untuk keluarga tercinta!

🍷💕💎"

Untuk platform WhatsApp Status, peserta menggunakan versi prompt yang lebih singkat dan bertujuan mendorong transaksi segera (impulse buying). Caption yang dihasilkan memiliki karakteristik maksimal 2–3 kalimat: satu kalimat hook tentang kondisi saat ini (cuaca, waktu, situasi), satu kalimat keunggulan produk, dan satu kalimat ajakan dengan sentuhan urgensi. Berikut contoh prompt WhatsApp yang dipraktikkan:

"Halo AI, saya mau jualan Es Cincau Gula Aren di Status WhatsApp. Target pembacanya adalah ibu-ibu tetangga dan teman arisan. Tolong buat teks yang sangat singkat, to the point, maksimal 2–3 kalimat saja. Buka dengan sapaan seru soal cuaca Surabaya yang lagi panas terik siang ini, langsung tawarkan produk saya yang cincaunya lembut bikin adem tenggorokan dan gula arennya asli nggak bikin batuk. Beri kesan mendesak karena baru saja selesai diracik dan sisa 10 cup lagi. Pakai bahasa gaul ibu-ibu, bikin ngiler, dan kasih emoji."

Contoh Jawaban dari Gemini AI:

"Aduh Bun, Surabaya siang ini panasnya luar biasa banget, bikin gerah lahir batin! Yuk ademin tenggorokan pakai Es Cincau Gula Aren racikan terbaruku, cincaunya super lembut dan dijamin pakai gula aren asli yang aman nggak bikin batuk. Baru banget selesai dibikin dan segar-segar

banget, tapi slotnya mepet cuma sisa 10 cup aja nih, yuk langsung gercep chat aku sebelum kehabisan! 🙏 eeehh serbuuu!”

Materi 4: Strategi Distribusi Konten di WhatsApp dan Instagram

Materi terakhir berfokus pada cara mendistribusikan konten yang telah dihasilkan AI ke masing-masing platform secara optimal. Untuk WhatsApp Status, peserta diajarkan pola posting bersambung tiga status: Status 1 (foto proses pembuatan + hook), Status 2 (foto produk jadi + narasi utama), dan Status 3 (teks ajakan + harga + kontak). Untuk Instagram, peserta diajarkan cara memilih foto terbaik, menempelkan caption storytelling hasil AI ke kolom keterangan, dan menambahkan hashtag yang juga dapat disarankan langsung oleh AI (Gambar 2).

Gambar 2. Visual Status WA



Caption status WA: Aduh Bun, Surabaya siang ini panasnya luar biasa banget, bikin gerah lahir batin! Yuk ademin tenggorokan pakai Es Cincu Gula Aren racikan terbaru, cincaunya super lembut dan dijamin pakai gula aren asli yang aman nggak bikin batuk. Baru banget selesai dibikin dan segar-segar banget, tapi slotnya mepet cuma sisa 10 cup aja nih, yuk langsung gercep chat aku sebelum kehabisan! 🙏 eeehh serbuuu!

Pada akhir sesi ini, seluruh peserta berhasil mengunggah minimal satu konten promosi nyata di WhatsApp Status dan satu caption di Instagram menggunakan hasil yang mereka buat bersama AI selama pelatihan. Pendekatan "tutor sebaya" (peer tutoring), di mana peserta yang lebih cepat berhasil diminta membantu peserta di sebelahnya, terbukti sangat efektif mencairkan suasana dan meningkatkan rasa percaya diri secara kolektif.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Manfaat dari program pelatihan ini tidak hanya dirasakan oleh peserta secara individual, tetapi juga memberikan dampak yang lebih luas bagi ekosistem UMKM dan ekonomi Desa Jimbaran Wetan. Secara langsung, ibu-ibu pelaku UMKM kini memiliki keterampilan konkret untuk menghasilkan konten promosi digital yang berkualitas secara mandiri, tanpa memerlukan keahlian desain grafis maupun kemampuan menulis yang tinggi. Kemampuan ini dapat diterapkan secara berulang dan berkelanjutan selama produk terus diproduksi.

Secara tidak langsung, peningkatan kualitas konten promosi digital UMKM lokal berpotensi memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, dan pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga. Penggunaan pendekatan storytelling yang autentik juga membangun reputasi dan loyalitas konsumen jangka panjang; dua faktor yang sangat kritis bagi keberlangsungan usaha skala mikro.

Dari perspektif pengembangan masyarakat, program ini juga memiliki dampak pada peningkatan literasi digital ibu-ibu di Desa Jimbaran Wetan. Proses mengenal, mengakses, dan menggunakan aplikasi Generative AI, meskipun dalam konteks yang sangat terbatas, membuka pintu bagi peserta untuk lebih familiar dengan teknologi digital yang terus berkembang. Hal ini sejalan dengan tujuan besar transformasi digital UMKM Indonesia yang terus digaungkan oleh pemerintah.

Selain itu, program ini memiliki potensi replikasi yang tinggi. Dengan modul pelatihan yang sederhana, panduan teknis dalam format buku saku, dan biaya operasional yang minimal (hanya membutuhkan akses internet di smartphone), program sejenis dapat diadaptasi dan diterapkan di desa-desa lain dengan kondisi serupa, baik di Kabupaten Sidoarjo maupun di wilayah lain di Jawa Timur.

SIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Optimalisasi Smartphone untuk Pemasaran Digital UMKM yang dilaksanakan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya di Desa Jimbaran Wetan merupakan upaya konkret untuk menjembatani kesenjangan literasi digital pelaku UMKM rumah tangga dengan peluang pemasaran digital yang terus berkembang. Program ini membuktikan bahwa teknologi Generative AI dapat diadopsi secara efektif oleh kelompok masyarakat yang selama ini dianggap jauh dari dunia teknologi, asalkan disertai pendampingan yang tepat, bahasa yang ramah, dan tujuan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Rumus prompt berbasis formula Siapa Saya + Apa Produknya + Cerita di Balikny + Target Pembaca + Hook terbukti menjadi jembatan yang efektif antara kecakapan ibu rumah tangga sebagai produsen produk kuliner dengan kemampuan mereka sebagai komunikator pemasaran digital. Aspek storytelling yang tertanam dalam formula ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten, tetapi juga memperkuat

kepercayaan diri peserta sebagai pelaku usaha yang memiliki cerita berharga untuk dibagikan.

Ke depan, keberlanjutan program ini perlu didukung melalui pendampingan berkala, pembentukan komunitas belajar mandiri antar peserta, serta pengembangan modul lanjutan yang mencakup aspek analisis performa konten dan strategi pengembangan akun media sosial. Dengan demikian, transformasi digital UMKM di Desa Jimbaran Wetan dapat berlangsung secara progresif, terukur, dan berdampak nyata bagi peningkatan kesejahteraan keluarga pelaku usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih kepada Universitas PGRI Adi Buana Surabaya melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Kepala Desa Jimbaran Wetan beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan fasilitas dan dukungan penuh, serta para ibu-ibu pelaku UMKM Desa Jimbaran Wetan yang dengan antusias dan penuh semangat berpartisipasi dalam setiap sesi pelatihan. Apresiasi setinggi-tingginya juga disampaikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas kontribusi yang diberikan demi kelancaran program pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Keskin, D., & Markus, A. (2022). Creating Value to Address Urban Challenges in Nascent Ecosystems: A Study of Effectuation in Smart City Context. *IEEE Transactions on Engineering Management*, PP, 1–14. <https://doi.org/10.1109/TEM.2022.3186873>
- Klenner, N. F., Gemser, G., & Karpen, I. O. (2022). Entrepreneurial ways of designing and designerly ways of entrepreneuring: Exploring the relationship between design thinking and effectuation theory. *Journal of Product Innovation Management*, 39(1), 66–94. <https://doi.org/10.1111/jpim.12587>
- Latif, N., Hariawan, F., & Laksono, B. R. (2022). Model Manajemen Event Berbasis Kearifan Lokal Di Komunitas Merk Kustom Kulture Surabaya. *Snhrp*, April, 1–7. <https://snhrp.unipasby.ac.id/prosiding/index.php/snhrp/article/view/260>
- Ryman, J. A., & Roach, D. C. (2024). Innovation, effectuation, and uncertainty. *Innovation: Organization and Management*, 26(2), 328–348. <https://doi.org/10.1080/14479338.2022.2117816>