

Pelatihan Teknis *Content Pillar* Berbasis Prompt AI bagi Ibu Rumah Tangga Pelaku UMKM Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo

Gana Pradipa Bawana¹, Alexander Hiro Wibisono², Halek Mu'min³

^{1,2,3}. International Business Management-Regular Class (IBM-RC), School of Business and Management (SBM), Universitas Ciputra
E-mail : gana.pradipa@ciputra.ac.id

ABSTRAK

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas pemasaran konten digital ibu rumah tangga pelaku UMKM di Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo, melalui pelatihan teknis pembuatan konten berstruktur menggunakan kerangka *Content Pillar* berbasis empat pilar: *Promotional*, *Educational*, *Entertainment*, dan *Conversational*. Dengan memanfaatkan teknologi Generative AI sebagai alat bantu utama, peserta dilatih menggunakan template prompt sederhana yang dirancang khusus untuk pengguna dengan literasi digital minimal. Pendekatan pelatihan langsung (*hands-on training*) dipilih agar setiap ibu rumah tangga mampu menghasilkan konten nyata di WhatsApp Status dan Instagram selama sesi berlangsung. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta tentang fungsi masing-masing pilar konten, kemampuan menyusun prompt AI yang tepat sasaran, serta kepercayaan diri dalam mengelola konten promosi secara mandiri dan terencana. Program ini membuktikan bahwa kerangka *Content Pillar* yang disederhanakan, dikombinasikan dengan panduan prompt AI yang kontekstual, mampu menjadi strategi pemasaran digital yang efektif, berkelanjutan, dan aksesibel bagi pelaku UMKM berbasis rumah tangga di perdesaan.

Kata Kunci: content pillar, prompt AI, pemasaran digital, UMKM, ibu rumah tangga, Instagram, WhatsApp.

ABSTRACT

This community service program aims to strengthen the digital content marketing capacity of housewife micro-entrepreneurs in Jimbaran Wetan Village, Sidoarjo, through technical training on structured content creation using a Content Pillar framework built on four pillars: Promotional, Educational, Entertainment, and Conversational. Utilizing Generative AI technology as the primary tool, participants were trained with simplified prompt templates specifically designed for users with minimal digital literacy. A hands-on training approach was adopted to enable each participant to produce real content on WhatsApp Status and Instagram during the session itself. Results show a significant improvement in participants' understanding of each content pillar's function, ability to compose targeted AI prompts, and confidence in independently managing planned promotional content. The program demonstrates that a simplified Content Pillar framework, combined with contextual AI prompt guidance, can serve as an effective, sustainable, and accessible digital marketing strategy for home-based MSME entrepreneurs in rural communities.

Keywords: content pillar, AI prompt, digital marketing, MSMEs, housewife entrepreneurs, Instagram, WhatsApp.

PENDAHULUAN

Pemasaran digital telah menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindari oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di era persaingan ekonomi saat ini. Di Desa Jimbaran Wetan, Kecamatan Krian, Kabupaten Sidoarjo, ibu-ibu rumah tangga yang menjalankan usaha minuman dan makanan ringan telah mengikuti pelatihan awal pembuatan caption storytelling berbasis Generative AI pada program pengabdian sebelumnya. Melalui pelatihan tersebut, peserta berhasil memproduksi konten promosi satu kali dengan pendampingan intensif. Namun, tantangan berikutnya yang lebih substansial muncul: bagaimana ibu-ibu ini dapat memproduksi konten secara konsisten, terencana, dan bervariasi tanpa bergantung sepenuhnya pada pendampingan eksternal?

Konsistensi konten merupakan faktor determinan dalam keberhasilan pemasaran digital jangka panjang. Audiens digital, khususnya di platform Instagram dan WhatsApp, cenderung mengabaikan akun yang hanya aktif saat ada produk baru atau sedang berpromosi. Sebaliknya, akun yang secara rutin menyajikan konten beragam, dari edukasi, hiburan, ajakan berinteraksi, hingga promosi, terbukti membangun kepercayaan (trust) dan loyalitas pelanggan secara organik (Ryman & Roach, 2024). Di sinilah kerangka Content Pillar menjadi sangat relevan sebagai solusi struktural.

Masalah yang Dihadapi Pelaku UMKM Desa Jimbaran Wetan

Meskipun telah mengikuti pelatihan awal pembuatan *caption*, ibu-ibu pelaku UMKM di Desa Jimbaran Wetan masih menghadapi beberapa kendala lanjutan yang menghambat keberlanjutan aktivitas pemasaran digital mereka:

- Kebuntuan ide konten (content fatigue): setelah beberapa kali unggahan pertama, peserta kesulitan menentukan apa yang harus diposting berikutnya selain foto produk dan harga, sehingga akun media sosial mereka kembali tidak aktif.
- Ketergantungan pada satu jenis konten: hampir seluruh unggahan bersifat promotional semata, yang lama-kelamaan membuat audiens merasa jenuh dan berhenti mengikuti akun.
- Absennya perencanaan konten: ibu-ibu cenderung membuat konten secara impulsif, hanya ketika ada produk baru atau stok melimpah, tanpa strategi jadwal atau variasi tema yang terstruktur.
- Keterbatasan dalam menyusun prompt AI yang spesifik: peserta telah mengenal cara menggunakan Generative AI, namun prompt yang mereka buat masih terlalu generik sehingga hasil konten yang dihasilkan AI kurang relevan dengan konteks produk dan audiens target mereka.

Pentingnya Content Pillar sebagai Kerangka Konten Terstruktur

Content Pillar adalah kerangka strategis yang membagi seluruh konten media sosial ke dalam beberapa kategori tematik yang saling melengkapi. Kerangka ini memastikan bahwa akun media sosial pelaku usaha tidak hanya berisi promosi produk, tetapi juga menyajikan nilai informasi, hiburan, dan keterlibatan yang membuat audiens

terus kembali. Dalam konteks UMKM berbasis rumah tangga, Content Pillar yang efektif terdiri dari empat pilar utama: *Promotional* (promosi produk), *Educational* (edukasi seputar produk atau kehidupan sehari-hari yang relevan), *Entertainment* (konten menghibur dan relatable), dan *Conversational* (ajakan interaksi dan diskusi) (Keskin & Markus, 2022).

Tantangan penerapan Content Pillar bagi ibu-ibu rumah tangga bukan pada pemahaman konsepnya, melainkan pada kemampuan mengeksekusinya secara teknis. Di sinilah teknologi Generative AI hadir sebagai solusi praktis: dengan memasukkan prompt yang tepat sasaran ke dalam aplikasi AI, ibu-ibu dapat menghasilkan ide konten untuk keempat pilar tersebut dalam hitungan detik, tanpa memerlukan kemampuan copywriting atau desain profesional. Pendekatan ini sejalan dengan prinsip efektivitas dalam kewirausahaan, yakni memanfaatkan sumber daya yang sudah ada di tangan (smartphone dan AI gratis) untuk menciptakan nilai pemasaran yang lebih besar (Klenner et al., 2022).

Tujuan Program

Program pengabdian masyarakat lanjutan ini dirancang sebagai kelanjutan organik dari pelatihan *caption storytelling* sebelumnya, dengan tujuan utama:

- Memperkenalkan dan menginternalisasi kerangka *Content Pillar* empat pilar kepada ibu-ibu pelaku UMKM sebagai panduan konten terstruktur yang dapat diterapkan secara mandiri.
- Melatih peserta menyusun prompt AI yang spesifik dan tepat sasaran untuk masing-masing pilar konten, disesuaikan dengan produk dan karakteristik audiens target.
- Menghasilkan bank konten awal (minimal empat konten, satu per pilar) yang siap diunggah oleh setiap peserta pada akhir sesi pelatihan.
- Membangun kebiasaan perencanaan konten mingguan yang sederhana dan berkelanjutan tanpa memerlukan pendampingan eksternal secara terus-menerus.

Manfaat Program

Manfaat langsung program ini adalah terbentuknya kapasitas ibu-ibu UMKM dalam memproduksi konten yang variatif, terencana, dan berkelanjutan secara mandiri. Secara komunal, penguatan ekosistem konten digital UMKM lokal berdampak pada peningkatan visibilitas produk desa di pasar digital yang lebih luas, berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan keluarga dan daya saing ekonomi Desa Jimbaran Wetan (Latif et al., 2022, Latif et al., 2025). Program ini juga diharapkan menghasilkan model pelatihan content pillar berbasis AI yang dapat direplikasi di komunitas UMKM lain di wilayah Sidoarjo dan Jawa Timur.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan teknis lanjutan (advanced hands-on training) secara luring di balai Desa Jimbaran Wetan, Sidoarjo. Pendekatan lanjutan dipilih karena peserta telah memiliki pengalaman dasar

menggunakan Generative AI dari pelatihan sebelumnya, sehingga pelatihan ini dapat langsung berfokus pada penerapan strategis alat tersebut dalam kerangka *Content Pillar*. Seluruh sesi dirancang agar setiap peserta menghasilkan karya nyata, bukan hanya memahami teori, sebelum pulang dari pelatihan.

Metode pelaksanaan dibagi ke dalam tiga tahapan yang berurutan dan saling melengkapi:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, tim pengabdian menyusun dua instrumen utama: (a) Poster Visual *Content Pillar* berukuran A3 yang memuat empat pilar beserta contoh konten spesifik untuk produk kuliner rumahan, dan (b) Lembar Template Prompt per Pilar yang dicetak dalam format buku saku A5, berisi empat template prompt siap-isi untuk masing-masing pilar konten. Kedua instrumen ini dirancang dengan bahasa sehari-hari, bebas jargon teknis, dengan ilustrasi warna yang membedakan setiap pilar secara visual. Tim juga mempersiapkan "Bank Ide Konten" berupa daftar topik siap pakai untuk setiap pilar yang dapat dipilih peserta saat mengalami kebuntuan ide.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam satu hari penuh dengan urutan sesi sebagai berikut:

- Sesi 1. Orientasi *Content Pillar*: Instruktur memperkenalkan konsep *Content Pillar* menggunakan analogi yang dekat dengan keseharian ibu rumah tangga: "Bayangkan jualan ibu seperti warung yang butuh menu lengkap, ada promo harian, tips memasak, cerita lucu, dan sesi tanya jawab pelanggan. *Content Pillar* adalah menu lengkap akun media sosial ibu." Peserta diajak mengidentifikasi jenis konten yang selama ini mereka buat dan mendiskusikan mengapa variasi konten penting untuk mempertahankan perhatian audiens.
- Sesi 2. Pengenalan Empat Pilar dan Fungsinya: Setiap pilar diperkenalkan satu per satu dengan contoh konkret dari produk kuliner rumahan. Peserta menerima Poster Visual *Content Pillar* dan mendiskusikan satu contoh nyata per pilar yang relevan dengan produk mereka masing-masing.
- Sesi 3. Praktik Prompt AI per Pilar (Sesi Inti): Ini merupakan sesi terpanjang dan terpenting dalam pelatihan. Peserta dipandu menggunakan Template Prompt per Pilar untuk masing-masing dari empat pilar secara berurutan. Setiap peserta membuka aplikasi Generative AI di smartphone, mengisi template prompt sesuai produk mereka, mengirimkan perintah ke AI, dan menyunting hasilnya. Instruktur dan co-instruktur mendampingi secara personal.
- Sesi 4. Penyusunan Rencana Konten Mingguan: Peserta diajarkan cara menyusun jadwal konten sederhana untuk satu minggu menggunakan format yang telah disediakan. Target minimal adalah empat konten per minggu, masing-masing satu per pilar. Peserta merencanakan konten minggu pertama mereka langsung di sesi ini dengan bantuan AI.

- Sesi 5. Distribusi dan Posting Perdana: Seluruh peserta mendistribusikan minimal satu konten ke WhatsApp Status dan satu ke Instagram selama sesi berlangsung, menggunakan konten yang telah mereka hasilkan di Sesi 3. Pendekatan tutor sebaya kembali diterapkan untuk membantu peserta yang memerlukan bantuan tambahan.

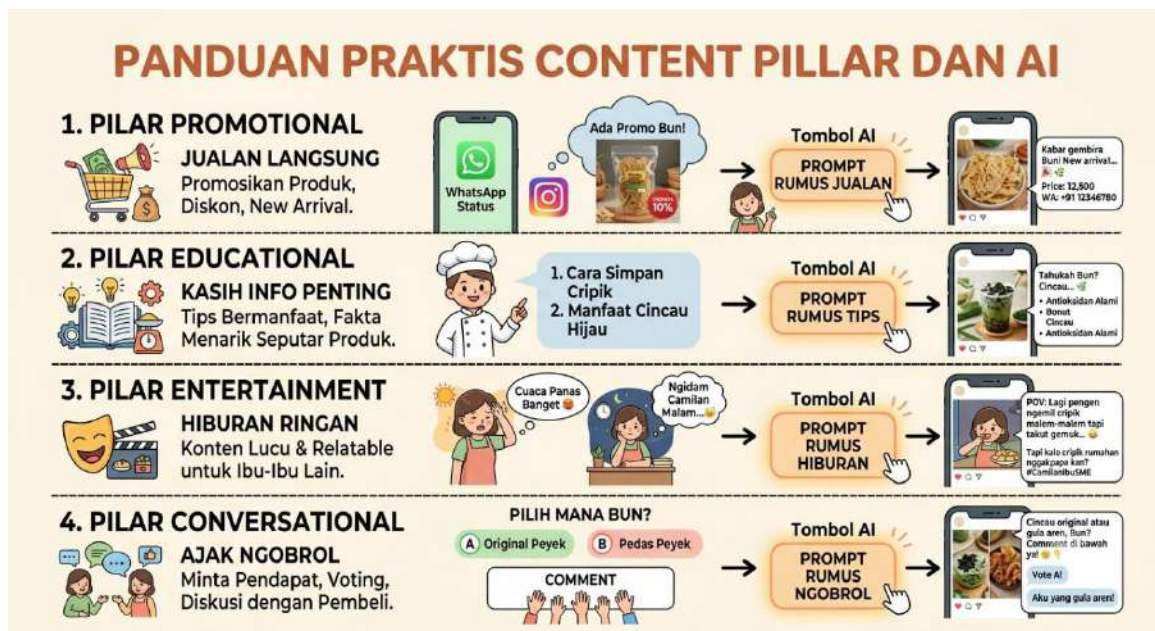
3. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui tiga mekanisme. Pertama, evaluasi formatif selama sesi praktik: instruktur menilai kualitas prompt yang disusun peserta dan kesesuaian konten yang dihasilkan AI dengan pilar yang dituju. Kedua, evaluasi hasil akhir: penilaian terhadap empat konten yang dihasilkan masing-masing peserta berdasarkan kriteria kesesuaian pilar, kualitas narasi, dan ketepatan platform distribusi. Ketiga, evaluasi keberlanjutan: dua minggu setelah pelatihan, tim pengabdian melakukan pemantauan melalui WhatsApp Group untuk menilai apakah peserta telah secara mandiri memproduksi dan mengunggah konten baru sesuai jadwal yang direncanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan teknis *Content Pillar* berbasis prompt AI dilaksanakan secara luring di balai Desa Jimbaran Wetan dan diikuti oleh ibu-ibu pelaku UMKM yang sebelumnya telah mengikuti pelatihan caption storytelling. Pelaksanaan pelatihan terbagi dalam beberapa materi utama yang disampaikan secara berurutan, dengan pendekatan show-do-review: instruktur menunjukkan contoh, peserta langsung mempraktikkan, kemudian hasilnya ditinjau bersama (Gambar 1).

Gambar 1. Poster Visual Content Pillar Empat Pilar



Materi 1. Pemahaman *Content Pillar*: GPS Konten Selama Sebulan

Materi pertama disampaikan oleh Nashrudin Latif dengan menghadirkan analogi yang segera dipahami seluruh peserta: *Content Pillar* adalah "GPS konten" yang memandu ibu-ibu agar tidak kebingungan ketika hendak membuat postingan. Tanpa GPS, akun media sosial cenderung hanya terisi satu jenis konten (promosi), membuat audiens jenuh dan berhenti mengikuti. Dengan *GPS Content Pillar*, setiap hari ibu sudah tahu hendak membuat konten jenis apa.

Instruktur memperkenalkan empat pilar dan fungsi masing-masing dalam konteks UMKM kuliner rumahan:

Tabel 1. Kerangka *Content Pillar* Empat Pilar untuk UMKM Kuliner Rumahan

PILAR	FUNGSI	CONTOH KONTEN (KULINER RUMAHAN)
<i>Promotional</i>	Menawarkan produk, mengumumkan promo, atau new arrival	"New arrival: Peyek Kacang Rempah edisi lebaran — limited, pesan sekarang sebelum kehabisan!"
<i>Educational</i>	Memberi informasi berguna yang relevan dengan produk atau gaya hidup audiens	"3 cara simpan keripik pisang biar tetap renyah sampai seminggu"
<i>Entertainment</i>	Konten menghibur, relatable, dan shareable untuk sesama ibu-ibu	"POV: beli es cincau gara-gara bosan sama minuman kemasan yang itu-itu aja"
<i>Conversational</i>	Mengajak audiens berinteraksi, berpendapat, atau bersuara	"Pilih mana, Bun: cincau rasa original atau cincau gula aren? Comment di bawah ya!"

Respons peserta terhadap kerangka ini sangat positif. Mayoritas segera mengenali bahwa selama ini mereka hanya membuat konten Promotional, dan beberapa di antaranya mengakui merasa "malu" karena akun mereka terasa seperti brosur iklan yang membosankan. Kesadaran ini menjadi fondasi motivasi yang kuat untuk mengadopsi kerangka Content Pillar.

Materi 2. Template Prompt AI per Pilar: Rumus Satu Klik

Pada materi kedua, instruktur memperkenalkan Template Prompt per Pilar, empat format prompt berbeda yang masing-masing dirancang untuk menghasilkan konten sesuai karakteristik tiap pilar. Seluruh template menggunakan format isian [...] yang tinggal diganti oleh peserta sesuai produk dan situasi mereka, tanpa perlu menulis prompt dari nol.

Pilar *Promotional* menggunakan prompt yang menekankan kejelasan penawaran dan urgensi. Berikut template dan contoh penggunaannya:

Template: "Halo AI, saya ibu rumah tangga yang jualan [NAMA PRODUK]. Tolong buat teks promosi untuk WhatsApp Status / Instagram, maksimal 2 kalimat. Umumkan [INFORMASI PROMO: misal new arrival / diskon / stok terbatas]. Bahasanya semangat, langsung ke poin, kasih emoji yang pas."

Contoh hasil prompt Pilar Promotional untuk produk Peyek Kacang Daun Jeruk:

Contoh caption hasil AI: "Kabar gembira Bun! New arrival Peyek Kacang Daun Jeruk khas dapur aku sudah hadir lagi — kriuknya nggak bohong, wangi daun jeruknya bikin nagih, dan stoknya super terbatas jadi buruan order sebelum kehabisan ya! 🍌🌿"

Pilar *Educational* menggunakan prompt yang mengarahkan AI untuk menyajikan informasi berguna dalam format yang mudah dicerna. Template ini dirancang menghasilkan konten tips atau fakta yang relevan dengan produk:

Template: "Halo AI, saya jualan [NAMA PRODUK]. Tolong buat konten edukasi pendek untuk Instagram tentang [TOPIK TIPS/FAKTA yang relevan dengan produk]. Tuliskan dalam format [3 poin singkat / 1 paragraf pendek]. Bahasanya ramah, informatif, dan kasih emoji yang relevan."

Contoh hasil prompt Pilar Educational untuk produk Es Cincin Gula Aren:

Contoh caption hasil AI: "Tahukah Bun? Cincin hijau mengandung antioksidan alami yang membantu mendinginkan tubuh dari dalam, bukan cuma dari esnya lho! 🌿 Ditambah gula aren asli yang punya indeks glikemik lebih rendah dari gula biasa, es cincin ini justru pilihan yang lebih bijak untuk keluarga. Ilmu receh tapi penting kan, Bun? 😊"

Pilar *Entertainment* menggunakan prompt yang mengarahkan AI menghasilkan narasi ringan, lucu, atau mengundang simpati yang relevan dengan kehidupan sesama ibu rumah tangga:

Template: "Halo AI, saya ibu rumah tangga yang jualan [NAMA PRODUK]. Buat konten Instagram yang menghibur dan relatable untuk sesama ibu-ibu, bertema [SITUASI SEHARI-HARI yang berhubungan dengan produk, misal: ngidam camilan tengah malam / cuaca panas / anak minta jajan]. Bahasanya santai, lucu, pakai format [POV / cerita singkat / meme text]. Sertakan emoji dan maksimal 3 kalimat."

Pilar *Conversational* menggunakan prompt yang mendorong audiens untuk memberikan respons, komentar, atau memilih opsi. Konten ini krusial untuk meningkatkan engagement algoritmik di Instagram:

Template: "Halo AI, buat pertanyaan atau ajakan diskusi untuk Instagram / WhatsApp yang berhubungan dengan [TOPIK yang relevan dengan produk saya: nama produk]. Ajak sesama ibu-ibu untuk memilih,

berkomentar, atau berbagi pengalaman. Bahasanya akrab, pendek, dan sertakan emoji ajakan di akhir."

Peserta mempraktikkan keempat template secara berurutan selama Sesi 3. Dalam waktu kurang dari 60 menit, setiap peserta berhasil menghasilkan empat konten berbeda, satu per pilar, dengan bantuan AI. Momen ini menjadi pencapaian yang sangat signifikan karena sebelum pelatihan, sebagian besar peserta merasa bahwa membuat empat konten berbeda dalam sehari adalah hal yang mustahil.

Materi 3. Penyusunan Rencana Konten Mingguan

Setelah peserta memahami dan mempraktikkan keempat template prompt, instruktur memandu sesi penyusunan rencana konten mingguan. Peserta diberikan Lembar Rencana Konten sederhana berformat tabel empat kolom: Hari, Pilar, Topik Konten, dan Platform. Target minimal yang ditetapkan adalah empat postingan per minggu, satu postingan per pilar, yang dapat didistribusikan di WhatsApp Status dan Instagram secara bergantian.

Pendekatan ini sengaja dibuat sangat minimalis agar tidak terasa memberatkan. Instruktur menekankan bahwa "satu hari satu postingan sudah lebih dari cukup" dan bahwa konsistensi jauh lebih penting daripada kuantitas. Peserta yang memiliki lebih banyak waktu dipersilakan menambah frekuensi, namun target minimum tetap dijaga agar dapat dicapai oleh seluruh peserta termasuk yang paling sibuk.

Selama sesi ini, tim pengabdian juga memperkenalkan "Bank Ide Konten", daftar 20 topik siap pakai yang telah disiapkan tim untuk masing-masing pilar, spesifik untuk produk kuliner rumahan. Bank Ide ini berfungsi sebagai cadangan ketika peserta mengalami creative block dan tidak tahu hendak membuat konten tentang apa. Dengan Bank Ide di tangan, peserta hanya perlu memilih topik dari daftar, memasukkannya ke template prompt yang sesuai, dan menyerahkan sisanya kepada AI.

Materi 4. Distribusi Konten dan Posting Perdana

Sesi terakhir difokuskan pada eksekusi nyata: setiap peserta mendistribusikan minimal satu konten ke WhatsApp Status dan satu konten ke Instagram menggunakan hasil yang mereka hasilkan di sesi sebelumnya. Instruktur mengingatkan beberapa hal teknis penting: menambahkan harga dan nomor kontak secara manual di bagian bawah caption AI sebelum memposting, memilih foto produk terbaik yang paling menggugah selera, dan memastikan hashtag yang direkomendasikan AI diletakkan di bawah caption Instagram.

Pada akhir sesi distribusi, seluruh peserta telah berhasil mengunggah konten nyata. Suasana di balai desa menjadi sangat hidup ketika peserta saling memperlihatkan hasil postingan mereka dan memberikan komentar serta "like" satu sama lain, sebuah bentuk validasi sosial yang secara alami memperkuat motivasi untuk terus aktif berkonten.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak program pelatihan teknis *Content Pillar* berbasis prompt AI ini dapat dilihat dari tiga dimensi utama. Pertama, dari dimensi kapasitas individual: ibu-ibu pelaku UMKM kini memiliki sistem konten yang terstruktur, bukan sekadar kemampuan membuat satu caption. Mereka menguasai empat template prompt berbeda yang dapat digunakan kapan saja secara mandiri, serta memiliki rencana konten mingguan yang siap dieksekusi tanpa bantuan eksternal.

Kedua, dari dimensi kualitas konten: dibandingkan konten yang dihasilkan pada pelatihan sebelumnya (yang seluruhnya bersifat promosi), konten yang dihasilkan peserta pada pelatihan ini jauh lebih beragam dan berpotensi membangun engagement organik yang lebih tinggi. Konten Educational dan Conversational khususnya memiliki potensi besar untuk meningkatkan jangkauan organik (organic reach) di Instagram karena algoritma platform ini secara aktif mempromosikan konten yang mendapat komentar dan interaksi.

Ketiga, dari dimensi keberlanjutan: perbedaan terbesar antara program ini dengan pelatihan sebelumnya adalah tersedianya sistem yang memungkinkan ibu-ibu untuk terus mandiri. Template prompt, Bank Ide Konten, dan Rencana Konten Mingguan berfungsi sebagai infrastruktur pemasaran konten yang dapat digunakan berulang tanpa memerlukan kreativitas tinggi setiap harinya. Dengan kata lain, program ini tidak hanya mengajarkan ikan, tetapi menyediakan joran, umpan, dan peta lokasi ikan sekaligus.

Dari perspektif pengembangan masyarakat yang lebih luas, peningkatan kapasitas konten digital UMKM di Desa Jimbaran Wetan berpotensi membuka peluang pasar yang melampaui batas geografis desa. Produk kuliner rumahan yang sebelumnya hanya dikenal di lingkungan tetangga dan arisan dapat menjangkau konsumen di kecamatan lain bahkan lintas kabupaten melalui jangkauan organik Instagram dan fitur viral WhatsApp Status.

SIMPULAN

Kegiatan Pelatihan Teknis *Content Pillar* Berbasis Prompt AI yang dilaksanakan oleh Fakultas Manajemen dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya di Desa Jimbaran Wetan merupakan tahapan lanjutan yang esensial dari program pemberdayaan digital UMKM berbasis rumah tangga. Program ini membuktikan bahwa kerangka Content Pillar yang disederhanakan, ditopang oleh template prompt AI yang kontekstual dan Bank Ide Konten yang siap pakai, mampu mengubah hambatan paling fundamental dalam pemasaran digital UMKM: kebuntuan ide dan ketidakberaturan konten.

Ibu rumah tangga dengan literasi AI minimal sekalipun, setelah melalui satu sesi pelatihan intensif, mampu menghasilkan empat konten berkualitas untuk empat pilar yang berbeda dalam waktu kurang dari satu jam. Pencapaian ini tidak hanya membuktikan efektivitas pendekatan teknis yang digunakan, tetapi juga mengkonfirmasi bahwa hambatan utama bagi pelaku UMKM dalam pemasaran digital bukanlah pada kemampuan teknologi, melainkan pada ketiadaan sistem dan panduan yang terstruktur.

Ke depan, keberlanjutan program memerlukan tiga hal: pertama, monitoring berkala melalui WhatsApp Group selama setidaknya dua bulan pasca pelatihan untuk memastikan peserta menjalankan rencana konten mingguan; kedua, pengembangan modul pelatihan tingkat lanjut yang mencakup analisis performa konten dan optimasi hashtag; dan ketiga, eksplorasi kemungkinan pembentukan komunitas konten UMKM desa sebagai ruang berbagi ide, saling memberi masukan, dan kolaborasi konten antar pelaku usaha. Dengan ekosistem pendukung yang kuat, transformasi digital UMKM Desa Jimbaran Wetan dapat berlangsung secara progresif dan berdampak jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat lanjutan ini. Terima kasih kepada Universitas Ciputra melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM), *School of Business and Management* (SBM), Universitas Ciputra, Kepala Desa Jimbaran Wetan beserta seluruh perangkat desa yang telah memberikan fasilitas, dukungan penuh, dan kepercayaan untuk kembali menyelenggarakan program di desa mereka. Penghargaan khusus diberikan kepada seluruh ibu-ibu pelaku UMKM Desa Made, Surabaya yang dengan semangat luar biasa tidak hanya hadir, tetapi juga aktif mempraktikkan dan saling mendukung satu sama lain selama pelatihan berlangsung. Apresiasi juga disampaikan kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala kontribusi yang diberikan.

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>
- Latif, N.; B.Bungin; D.S.Kodrat (2025), “Balancing Innovation and Ethics: Empirical Insights into AI Predictive Marketing Challenges and Opportunities,” *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, vol. 15, no. 3, pp. 902–914.
- 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>