

Pemanfaatan Chat GPT sebagai Media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif di Padang panjang Barat, Sumatera Barat

Maswarni^{1*}, Hadi Supraptikta, Nofiar

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang
dosen00381@unpam.ac.id^{1*}

Received 1 April 2024 | Revised 15 April 2024 | Accepted 30 April 2024

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat ini ialah untuk memberikan pengetahuan, dan pemahaman tentang Pemanfaatan Chat GPT sebagai media promosi. Metode pengabdian kepada masyarakat ini ialah seminar, dan diskusi. Peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada Masyarakat UMKM Canting Buana Kreatif di Padang panjang Barat. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat ini ialah seluruh peserta memahami, dan menerapkanseluruh materi dan diskusi yang terjadi pada saat acara berlangsung sehingga tujuan bisnisnyatercapai yakni memaksimalkan keuntungan. Target luaran yang akan dicapai adalah peserta dapat Memanfaatkan Chat GPT sebagai media promosi, media promosi bisnis, memberikan kesempatan bagi usaha memasuki jaringan yang lebih luas, informasi bisnis untuk pelanggan dan masyarakat, memberikan pelayanan kepada pelanggan secara lebihbaik dengan adanya berbagai fasilitas yang menarik dan interaktif, meningkatkan minat masyarakat terhadap hasil batik UMKN canting Buana. kreatif, produk yang dijual atau tempat transaksi, memasukipasar global, dapat dijadikan saran media informasi, publikasi perusahaan dan promosi.

Kata Kunci: Pemasaran Online; Chat GPT; Media Promosi

Abstract

The purpose of this community service is to provide knowledge, and understanding of the use of GPT Chat as a promotional medium. This method of community service is seminars, and discussions. Participants in community service activities at the Canting Buana Creative MSME Community in West Padang. The result of this community service is that all participants understand, and apply all materials and discussions that occur during the event so that their business goal is achieved, namely maximizing profits. The output target to be achieved is that participants can utilize GPT Chat as a promotional media, business promotion media, provide opportunities for businesses to enter a wider network, business information for customers and the community, provide better service to customers with various interesting and interactive facilities, increase public interest in the results of UMKN canting Buana batik. Creative, products sold or places of transaction, entering the global market, can be used as information media advice, company publications and promotions.

Keywords: Online Marketing; GPT Chat; Promotional Media

PENDAHULUAN

Di era teknologi sekarang ini, model bisnis baru muncul sebagai inovasi dari pemasaran konvensional bergeser ke pemasaran modern menggunakan media digital. Proses jual beli konvensional yang mengharuskan penjual dan pembeli harus bertatap muka kini mampu

dimediasi oleh media digital sehingga menghasilkan tren pemasaran baru. Munculnya online shop, grup dagang online, platform e-commerce, dan model e-business lainnya adalah bukti bahwa masyarakat saat ini menginginkan kemudahan dalam upaya mendapatkan apa yang diinginkan. Usaha untuk

menarik perhatian pelanggan di era digitalisasi saat ini semakin menjadi tantangan bagi pelaku usaha di seluruh dunia.

Seiring dengan perubahan perilaku konsumen yang semakin bergeser ke ranah digital, pelaku usaha harus mampu menyesuaikan strategi pemasaran dan komunikasi mereka untuk tetap relevan dan menarik perhatian pelanggan (Luo & Li, 2021). Hal ini juga berdampak pada peningkatan persaingan di antara pelaku usaha yang semakin ketat dalam mendapatkan perhatian pelanggan (Shirazi et al., 2021). Pelaku usaha perlu melakukan inovasi dan mengembangkan strategi pemasaran yang efektif agar dapat tetap bersaing dalam era digitalisasi (Choudhury et al., 2022). Menurut Roy et al. (2021), pemasaran digital menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pelanggan. Mereka menemukan bahwa penggunaan strategi pemasaran digital yang efektif, seperti iklan online dan media sosial, dapat meningkatkan kesadaran merek dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Namun, pelaku usaha perlu memastikan bahwa kampanye pemasaran digital yang mereka gunakan relevan dan mampu menghasilkan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Selain itu, menurut Kim et al. (2022), keterlibatan pelanggan juga menjadi faktor penting dalam menarik perhatian pelanggan.

Mendirikan suatu usaha merupakan sebuah prestasi bagi sebagian orang, entah dengan skala kecil atau besar. Dalam membangun usaha, diperlukan strategi marketing yang tepat agar bisnis bisa dapat berkembang. Selain itu, juga harus menyesuaikan dengan budget yang dimiliki. Jika budget yang dimiliki tidak terlalu banyak, mungkin lebih baik membuka usaha kecil sebelum akhirnya menjadikan usaha sebagai usaha berskala besar. Dengan modal kecil, bukan berarti pilihannya terbatas, ada banyak jenis usaha yang bisa dijalankan dengan modal yang tidak begitu besar. Cara ini merupakan strategi marketing paling murah dan efektif. bisa memulai menulis konten tentang usaha lewat forum komunitas, atau mulai dari media

sosial seperti Facebook, Twitter, atau Instagram. wawasan mengenai penggunaan media elektronik atau internet sebagai salah satu alat komunikasi pemasaran yang berbiaya rendah.

Melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk dan memberikan layanan yang personal dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memperkuat loyalitas merek. Pelaku usaha perlu memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka serta memastikan bahwa produk dan layanan yang mereka tawarkan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang melakukan kerjasama dengan Canting Buana Kreatif berlokasi di Padang Sarai Gang Manunggal Jl. Sutan Syahrir Gang Manunggal No. 69 RT X Kelurahan Silaiang Bawah, Kecamatan Padangpanjang Barat, Padangpanjang, SUMBAR Usaha Canting Buana ini beralamatkan di Gang Manunggal Jalan Bandes II RT X no 69 Silaiang Bawah, Padang Panjang Barat. Berbekal ilmu yang ia miliki, ia mulai merintis usaha dengan menjual alat dan bahan batik, menerima pesanan souvenir bagi pelancong maupun masyarakat bahkan membuka pelatihan bagi pemula yang ingin belajar membatik. Selain itu, Widiyanti sebagai pemilik juga menjadi dosen di Institut Seni Indonesia (ISI) Kota Padang Panjang juga untuk menarik minat masyarakat serta mengisi waktu luang yang bermanfaat, saya mengajak tetangga sekitar belajar membatik dan itupun gratis tanpa dipungut biaya namun sepertinya keinginan mereka atau karena segan tidak ada yang menghiraukan hingga akhirnya kami coba untuk memasang tarif," sebut Widiyanti sebagai pemilik

Namun mereka belum memiliki materi promosi dan website resmi yang dapat menjangkau pelanggan secara luas. Mengingat pentingnya materi promosi yang menarik dalam menjangkau pelanggan, pengabdian ini dilakukan untuk merancang teks promosi dan membuat website resmi UMKM canting buana kreatif. Pada proses perancangan teks promosi, aplikasi berbasis Artificial Intel-

ligence (AI) ChatGPT digunakan untuk membantu merancang teks promosi yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk yang dihasilkan oleh Sikop Arrum Batik. Proses perancangan website dilakukan dengan situs penyedia website GoDaddy. Artificial Intelligencemerupakan ilmu dan teknik membuat mesin cerdas, terutama program komputer cerdas. Tugasnya serupa menggunakan komputer untuk memahamidan meniru kecerdasan manusia (McCarthy, 2007).

Dosen UNPAM akan memaparkan tentang pemahaman dan penggunaan Chat GPT kepada pelaku UMKM Canting Buana Kreatif agar dapat memahami preferensi pelanggan dan menyesuaikan produk atau layanan dengan permintaan pelanggan. Manfaat ChatGPT dapat mengidentifikasi tren pembelian dan memprediksi apa yang mungkin akan dibeli oleh pelanggan di masa depan.

Harapannya melalui pemahaman ChatGPT Pelaku UMKM Canting Buana Kreatif dapat mengembangkan usahanya dengan merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memperbaiki stok produk untuk memenuhi permintaan pelanggan.

Inovasi Produk. Inovasi produk berangkat dari pemahaman terhadap keinginan pelanggan dan hasil pengidentifikasian kebutuhan pelanggan secara dinamis dan berkesinambungan. Para pelaku Pariwisata diharapkan mampu menemukan tren perubahan keinginan dan kebutuhan pelanggan, baik melalui kegiatan survei pasar maupun dari data statistik produk apa saja yang laku dimasa pandemi saat ini.

Berdasarkan uraian diatas, maka PKM bertujuan untuk **Pemanfaatan Chat GPT sebagai media promosi UMKM Canting Buana Kreatif di Padang panjang Barat .**

Tinjauan Pustaka Media Sosial

Media sosial dapat diartikan sebagai media online dengan menggunakan internet dimana penggunanya dapat langsung berinteraksi, berpartisipasi dan berbagi konten. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media

sosial adalah layanan aplikasi berbasis web dimana konsumen dapat berbagi pendapat, pandangan, pemikiran dan pengalaman. Media sosial dapat digunakan sebagai penghubung antara informasi dan komunikasi dari produsen ke konsumen. Konsumen dapat menggunakan media sosial untuk mempelajari tentang produk dan sebaliknya. Media sosial memungkinkan produsen untuk merespon kebutuhan informasi konsumen.

METODE

Kerangka Pemecahan Masalah

Penggunaan media digital untuk bisnis tidak hanya sekadar kegiatan pemasaran tambahan saja, tetapi juga merupakan mekanisme komunikasi terintegrasi yang memperkuat dampak dari setiap fungsi di dalam sebuah organisasi dengan memanfaatkan kekuatan jejaring manusia melalui sebuah platform (Blanchard 2015). Beberapa penelitian menunjukkan keterkaitan antara penggunaan media digital seperti media sosial dengan volume penjualan. Peningkatan penjualan paling banyak dirasakan UKM sebesar 10-50% setelah menggunakan media sosial sebagai alat pemasaran (Purwiantoro, et al., 2016). Hal yang sama ditunjukkan oleh penelitian (Pane 2014) bahwa dari 67% pelaku IKM yang telah menggunakan media sosial untuk memasarkan produknya ada 75% yang sudah merasakan keuntungan dengan adanya peningkatan penjualan dan produk jadi lebih dikenal. Hal ini didukung data statistik aktivitas penggunaan internet yang paling tinggi adalah membuka situs jejaring sosial 73,30%, mencari informasi mengenai barang atau jasa 53,7% dan mengirim pesan melalui instan messaging (termasuk chatting) 52,7% (KOMINFO, 2016).

Realisasi Pemecahan Masalah

Begitu kebutuhan akan strategi digital telah ditetapkan, lima elemen berikut harus ditangani, yakni model bisnis baru yang memungkinkan penggunaan sumber pendapatan baru dan keuntungan kompetitif. Membuat model bisnis baru harus secara otomatis menjadi bagian dari strategi bisnis

digital. Setelahnya, anda harus membuat portofolio produk dan layanan di dunia digital, produk dan layanan bisa bersifat virtual, tanpa kehadiran fisik. informasi sebagai aset adalah poin ketiga yang harus diperhatikan. informasi dan penggunaannya yang efektif, telah menjadi aset strategis dan keunggulan kompetitif bagi pebisnis digital yang paling mampu memanfaatkannya.

Tempat dan Waktu

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Canting Buana Kreatif berlokasi di Padang Sarai Gang Manunggal Jl. Sutan Syahrir Gang Manunggal No. 69 RT X Kelurahan Silaiang Bawah, Kecamatan Padang panjang Barat, Padang panjang, SUMBAR

Metode Kegiatan

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui kegiatan Penyuluhan dan penyadaran. Penyuluhan tidak lepas dari bagaimana agar sasaran penyuluhan dapat mengerti, memahami, tertarik, dan mengikuti apa yang disuluhkan dengan baik, benar, dan atas kesadarannya sendiri berusaha untuk menerapkan ide-ide baru dalam kehidupannya. Oleh karena itu penyuluhan membutuhkan suatu perencanaan yang matang, terarah, dan berkesinambungan. Begitu juga proses penyuluhan dalam Pemanfaatan Chat GPT sebagai media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang , Sumatera Barat

HASIL dab PEMBAHASAN

Hasil

Kerangka Pemecahan Masalah

Saat ini, untuk memasarkan barang atau jasa yang akan dijual kepada pembeli produsen tidak perlu menjual barang/jasa secara langsung kepada pembeli, karena dengan memanfaatkan atau menggunakan pemasaran secara online dapat mengundang calon pelanggan yang relevan dengan barang/jasa yang ditawarkan.

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk

mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini adalah dengan mekakukan pendekatan langsung, memberikan penyuluhan. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini direncanakan pada tanggal 08-10 oktober 2023.

Adapun tahapan penyampaian Terkait dengan permasalahan yang dihadapi khalayak sasaran, maka untuk dapat menambah wawasan/ pengetahuan dapat dilakukan penyuluhan untuk memberikan pencerahan akan ide/ cara alternatif untuk mempromosikan UMKM, seperti: “Bagaimana Pemanfaatan Chat GPT sebagai media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang , Sumatera Barat, Adapun target luaran dari kegiatan penyuluhan dengan topik tersebut adalah terbukanya wawasan anggota UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang Sumatera Barat

Realisasi Pemecahan Masalah

Begitu kebutuhan akan strategi digital telah ditetapkan, lima elemen berikut

1. Membuat model bisnis baru harus secara otomatis menjadi bagian dari strategi bisnis digital.
2. Membuat portofolio produk dan layanan – di dunia digital, produk dan layanan bisa bersifat virtual, tanpa kehadiran fisik. informasi sebagai aset
3. Informasi dan penggunaannya yang efektif, telah menjadi aset strategis dan keunggulan kompetitif bagi pebisnis digital yang paling mampu memanfaatkannya.
4. Tteknologi. perusahaan digital harus berkembang dan menerapkan strategi teknologi yang efektif serta lebih kompleks dari sebelumnya.
5. Konten, media dan kanal. Strategi bisnis digital yang sukses secara kritis bergantung pada pemahaman preferensi pelanggan terhadap kanal, dan segmentasi.

Pembahasan.

Setelah mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, seluruh peserta dapat :

1. Peserta mengetahui dan memahami pengetahuan umum tentang Pemanfaatan Proses penyuluhan dalam Pemanfaatan Chat

GPT sebagai media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang , Sumatera Barat

2. Peserta dapat meningkatkan kemampuan dan memanfaatkan Chat GPT sebagai media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang , Sumatera Barat



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan PKM

SIMPULAN

Kesimpulan dalam pengabdian kepada masyarakat ini, antara lain :

1. Peserta mengetahui dan memahami pengetahuan umum tentang Pemanfaatan Proses penyuluhan dalam Pemanfaatan Chat GPT sebagai media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang , Sumatera Barat
2. Peserta dapat meningkatkan kemampuan dan memanfaatkan Chat GPT sebagai media Promosi UMKM Canting Buana Kreatif Padang Panjang , Sumatera Barat

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro, and Lukiati Komala, Siti Karlinah. Komunikasi Massa (Suatu Pengantar) Edisi Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2010.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Statistik: APJII. www.apjii.or.id (accessed May 21, 2019).
- Asri Nuryah, dkk. Pelatihan pemanfaatan media sosial untuk promosi pariwisata dan potensi kearifan lokal di pantai sayang heulang kab. Garut. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Unpad, Vol 2, No 12 (2018).
- Bayu Dewa, dkk. Pemanfaatan Media Sosial

Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19, Jurnal Pariwisata Dan Budaya, Volume 12 Nomor 1, Maret 2021, ISSN : 2087-0086 (print), 2655-5433 (online)

Blanchard, O. Social Media ROI Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2015.

Botler, Jay David and Grusin, Richard. Remediation dalam Eric P. Bucy (Eds). Living in The Information Age: A New Media Reader. London: Wadsworth and Thomson Learning. Second Edition, 2005.

Chreswell, John W. "Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed". Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Edisi ketiga, 2013

Handaruwati, Indah. 2017. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Penjualan Produk Camilan Lokal Secara Online." Buletin Bisnis dan Manajemen. 03, No.01 (2017): 41-52.

Hermawan, A. Komunikasi Pemasaran. Jakarta Timur: PT. Penerbit Erlangga, 2013.

Indrajit, Ricardus. 2001. E-Commerce Kiat dan Strategi di Dunia Maya. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Iyas, Implementasi Sistem Penjualan Online Berbasis E-Commerce Pada Usaha Rumah Griya Unik Wanita, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2011.

Kavoura, A., & Stavrianea, A. (2014). Economic and Social Aspects from Social Media's Implementation as a Strategic Innovative Marketing Tool in the Tourism Industry. Procedia Economics and Finance, 14(14), 303–312. [http://doi.org/10.1016/S2212-5671\(14\)00717-5](http://doi.org/10.1016/S2212-5671(14)00717-5)

Kim, S., Lee, S., & Jung, J. (2020). *Mental health chatbot for university students: design and development using GPT-2*. Journal of Medical Systems, 44(10), 173

Lee, Y. J., & Lee, J. (2021). *A study on the*

*effects of English conversation learning
through Chatbotusing GPT-3. Journal of
Digital Convergence, 19(4), 145-153.*

Yuhefizar. 2008. "10 jam Mengenal Internet
Teknologi dan Aplikasinya". Penerbit PT
Elex Media Komputindo : Jakarta

Zhang, X., & Wang, Y. (2021). *The application
of chatbot based on GPT in adaptive
learning. Journal of Physics: Conference
Series, 1918(1), 012065*