

PROPOSAL

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Meningkatkan Literasi Digital Melalui Pelatihan *Copywriting* bagi UMKM

Oleh:

Widi Astuti, M.Kom (0315039701)

Lia Mazia, S.Kom, MMSI (0304087402)

Fajar Sarasati, M.Kom (0327099701)

Aldi Tri Saputra (25220008)

Rizky Abu Hurairah (25220009)

Aldi Widiyanto (25220011)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

MARET

2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Meningkatkan Literasi Digital Melalui Pelatihan Copywriting bagi UMKM
2. Mitra : Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Y-GTI)
3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama lengkap : Widi Astuti, M.Kom
 - b. NIDN : 0315039701
 - c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - d. Program Studi : Bisnis Digital (S1)
 - e. Email : widiastuti.wtu@nusamandiri.ac.id
4. Jumlah Anggota : 2
 - a. Nama Anggota : Lia Mazia, S.Kom, MMSI
: Fajar Sarasati, M.Kom
 - b. Mahasiswa yang terlibat : 3
5. Biaya yg dibutuhkan : Rp. 4.240.000

Jakarta, 3 Maret 2025

Mengetahui,

Ketua LPPM Universitas Nusa Mandiri



(Ir. Andi Saryoko, M.Kom, IPM, ASEAN.Eng)

Ketua Pelaksana,

(Widi Astuti, M.Kom)

RINGKASAN

Teknologi kecerdasan buatan (AI) telah banyak dimanfaatkan pada hampir semua sector industry tak terkecuali UMKM untuk memasarkan produk mereka. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menciptakan model bisnis baru yang lebih inovatif. Pada pelatihan ini memberikan materi mengenai strategi untuk memasarkan produk secara online dengan teknik *copywriting*. Teknik promosi *copywriting* ini bisa dimanfaatkan oleh UMKM untuk memotivasi calon konsumen membuat sebuah keputusan seperti membeli, mengajak, meng-klik tautan (*link*) sampai memengaruhi mereka untuk menghubungi langsung bagian pemasaran. Tujuan lain dari penelitian ini dimaksudkan untuk membantu UMKM memanfaatkan tools AI yaitu ChatGPT untuk menemukan ide kreatif bagi konten mereka, mengasah keterampilan merancang pesan pemasaran yang lebih efektif dan memikat, mengoptimalkan konten pemasaran mereka di berbagai platform digital untuk mencapai audiens lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk. dan produk hasil produksi UMKM dibawah naungan Yayasan Genggam Tangan Indonesia menjadi lebih dikenal masyarakat.

Kata Kunci: *Artifial Intelligence; UMKM; Copywriting*

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Identifikasi Masalah Mitra	3
1.3. Solusi Permasalahan	3
1.4. Rencana Pelaksanaan	4
BAB II TARGET DAN LUARAN	5
2.1. Target	5
2.2. Luaran	5
BAB III METODE PENGABDIAN MASYARAKAT	7
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	8
4.1. Anggaran Biaya	8
4.2. Jadwal Kegiatan	9
DAFTAR PUSTAKA	10

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Jumlah penduduk Indonesia yang lebih dari 270 juta jiwa menjadi kesempatan besar bagi pasar industri teknologi termasuk kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence (AI). Menurut Datareportal 2023 Indonesia menjadi pengguna internet dengan penetrasi mencapai 77% atau setara dengan 212 juta jiwa, dan 167 juta pengguna media social serta 353 juta sambungan seluler aktif [1]. Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), dan blockchain juga berkontribusi pada ekonomi digital. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga menciptakan model bisnis baru yang lebih inovatif [2].

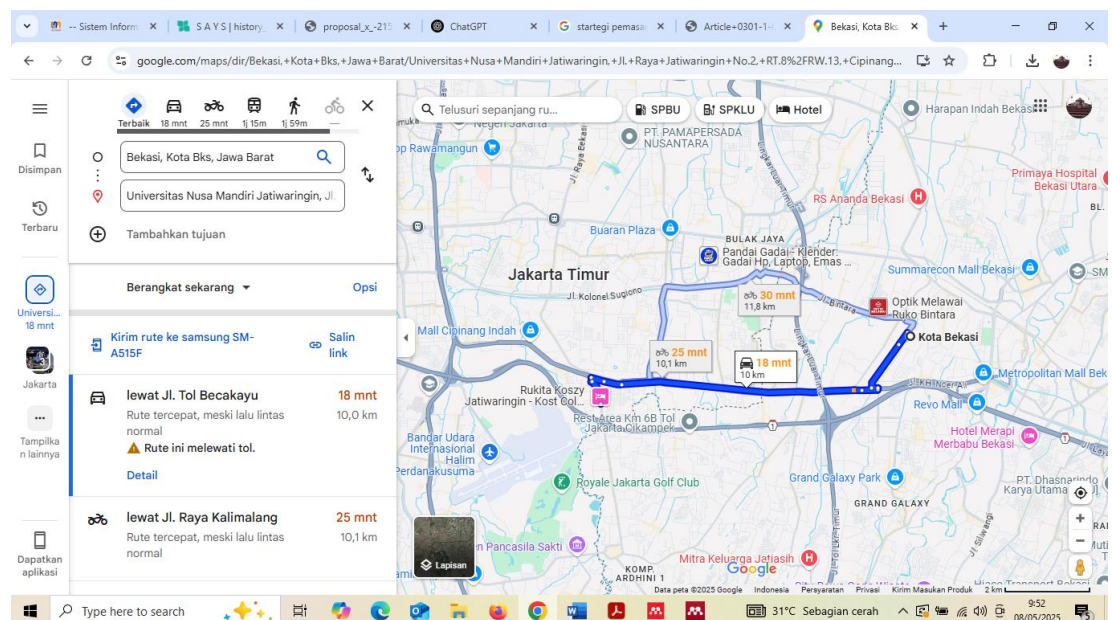
Perkembangan ekonomi digital di Indonesia berjalan sangat pesat. Pada tahun 2023, sektor ekonomi digital diperkirakan menyumbang lebih dari 40% terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Salah satu faktor pendorongnya adalah digitalisasi UMKM [2]. Salah satu bukti nyata adanya perkembangan ekonomi digital adalah dengan meluasnya pemasaran digital yang memberikan kemampuan untuk melibatkan audiens secara langsung. Melalui media sosial dan saluran online lainnya, perusahaan dapat berinteraksi secara aktif dengan pelanggan mereka [3]. Teknik yang harus dilakukan oleh UMKM di era digital untuk dapat menjaga dan mengembangkan posisi perusahaan di pasar adalah dengan membuat kalimat iklan yang lebih efektif [4]. Salah satu teknik yang dapat dicoba oleh UMKM adalah *copywriting*.

Teknik *Copywriting* dalam pemasaran digital penting dilakukan dalam peningkatan penjualan online, melakukan penguatan pemasaran dalam penerapan citra diri atau branding serta promosi. Selain itu *copywriting* memiliki peran dalam memengaruhi konsumen dan mendorong pembelian. Teknik promosi *copywriting* ini biasanya dimanfaatkan karena mampu memotivasi calon konsumen untuk membuat sebuah keputusan seperti membeli, mengajak, meng-klik tautan (*link*) sampai memengaruhi mereka untuk menghubungi langsung bagian pemasaran [5].

Konteks pemasaran digital, konten yang relevan, menarik serta tepat sasaran adalah kunci utama menarik perhatian audiens dan mendorong konversi. Namun pada pelaksanaannya banyak UMKM yang masih menggunakan metode tradisional

dalam pembuatan konten sehingga butuh waktu, keterampilan dan sumber daya yang tidak selalu tersedia di beberapa UMKM, sehingga mereka mengalami kesulitan dalam mencapai target audiens mereka [6].

Dengan memanfaatkan teknologi AI salah satunya ChatGPT diharapkan mampu menjadi pilihan strategis bagi UMKM menemukan ide kreatif penulisan *copywriting*, membantu membuat konten otomatis, personalisasi konten, penghematan waktu dan biaya, konsistensi konten, menghasilkan teks pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan, membantu dalam membuat konten yang lebih personal, membantu menghemat biaya dan waktu pembuatan konten serta membantu menjaga konsistensi dalam gaya dan pesan konten yang penting dalam membangun identitas *brand* [6].



Gambar 1. Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan di Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin.

Mitra pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Pengurus UMKM Kota Bekasi). Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) ini adalah sebuah organisasi yang bergerak di bidang pemberdayaan milenial dan partisipasinya dalam pembangunan bangsa, khususnya dalam konteks pertahanan negara. GTI ini juga biasanya terlibat dalam kegiatan pemberdayaan UMKM melalui berbagai program seperti “Program UMKM

TELAS”, serta aksi social seperti pembagian paket makanan dan sembako untuk masyarakat yang terdampak pandemic atau bencana alam.

Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) menjadi Yayasan yang fokus pada kepengurusan UMKM di kota Bekasi, karena UMKM memiliki peran vital dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan adanya kegiatan pengabdian ini diharapkan kami dapat membantu para UMKM melalui Yayasan yang menaungi mereka untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan menemukan ide kreatif, merancang pesan pemasaran, mengoptimalkan strategi pemasaran serta mengembangkan identitas merek yang mana tujuannya agar produk mereka lebih dikenal masyarakat sehingga peningkatan penjualan produk dapat tercapai.

1.2. Identifikasi Masalah Mitra

Berdasarkan hasil survei awal dan wawancara yang telah dilakukan, adapun identifikasi masalah yang terjadi pada Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) adalah kesulitan menemukan ide kreatif penulisan konten, kurangnya keterampilan penulisan pesan pemasaran yang lebih efektif, kurangnya keterampilan mengimplementasikan strategi pemasaran online, dan kurangnya pengetahuan bagaimana cara mengembangkan identitas merek yang kuat.

1.3. Solusi Permasalahan

Solusi permasalahan berisikan solusi apa yang ditawarkan dari identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra tersebut. Solusi permasalahan dapat disajikan dalam bentuk tabel solusi.

Tabel 1. Solusi Permasalahan

Permasalahan	Solusi	Keterangan
Kesulitan menemukan ide kreatif penulisan konten	Dibutuhkan pelatihan penggunaan tools AI untuk menemukan ide kreatif	Pengurus Yayasan Genggam Tangan Indonesia diharapkan mampu memanfaatkan tools AI yang ada untuk membantu menemukan ide kreatif
kurangnya keterampilan penulisan pesan pemasaran yang lebih efektif	Dibutuhkan pelatihan pemanfaatan tools AI untuk membuat pesan pemasaran	Pengurus Yayasan Genggam Tangan Indonesia diharapkan mampu mengasah keterampilan merancang pesan pemasaran yang

		lebih efektif dan memikat
Kurangnya keterampilan mengimplementasikan strategi pemasaran online	Dibutuhkan pelatihan AI untuk implementasi <i>copywriting</i> di berbagai platform digital	Pengurus Yayasan Genggam Tangan Indonesia diharapkan mampu mengoptimalkan konten pemasaran mereka di berbagai platform digital untuk mencapai audiens lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk.
Kurangnya pengetahuan bagaimana cara mengembangkan identitas merek yang kuat	Dibutuhkan pelatihan pemanfaatan tools AI untuk	Produk hasil produksi UMKM dibawah naungan Yayasan Genggam Tangan Indonesia menjadi lebih dikenal masyarakat

1.4. Rencana Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan judul “Meningkatkan Literasi Digital Melalui Pelatihan Copywriting bagi UMKM” dimaksudkan untuk membantu UMKM menemukan ide kreatif bagi konten mereka, mengasah keterampilan merancang pesan pemasaran yang lebih efektif dan memikat, mengoptimalkan konten pemasaran mereka di berbagai platform digital untuk mencapai audiens lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk. dan produk hasil produksi UMKM dibawah naungan Yayasan Genggam Tangan Indonesia menjadi lebih dikenal masyarakat sehingga tujuan peningkatan penjualan produk dapat tercapai. Target peserta pengabdian masyarakat ini adalah Yayasan Genggam Tangan Indonesia (Pengurus UMKM Kota Bekasi). Adapun rencana pelaksanaan pengabdian masyarakat ini akan dilaksanakan secara hybrid yang dihadiri oleh anggota, Dosen dan Mahasiswa Program Studi Bisnis Digital. Adapun tempat melaksanakan dan waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

Hari/Tanggal : Selasa, 20 Mei 2025

Waktu : 10.00 s/d 12.00 WIB

Lokasi Kegiatan : Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin, Jl. Raya Jatiwaringin No.2, RT.8/RW.13, Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13620

Media : Zoom Meeting Conference

BAB II

TARGET DAN LUARAN

1.1. Target

Target peserta dari kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat:

- a. Mampu memanfaatkan tools AI yang ada untuk membantu menemukan ide kreatif
- b. Mampu mengasah keterampilan merancang pesan pemasaran yang lebih efektif dan memikat
- c. Mampu mengoptimalkan konten pemasaran mereka di berbagai platform digital untuk mencapai audiens lebih luas dan meningkatkan visibilitas produk.
- d. Produk hasil produksi UMKM dibawah naungan Yayasan Genggam Tangan Indonesia menjadi lebih dikenal masyarakat.

1.2. Luaran

Luaran dari pengabdian masyarakat yang kami lakukan adalah karang taruna mampu memanfaatkan social media marketing sebagai alat pemasaran efektif untuk peningkatan bisnis UMKM. Selain itu dihasilkan publikasi pada media masa serta luaran utama dapat berbentuk artikel jurnal yang diterbitkan pada penerbit jurnal nasional tidak terakreditasi atau terakreditas (bereputasi).

Tabel 2. Target Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik	Artikel di Jurnal Internasional	Tidak ada
		Artikel di Jurnal Nasional Terakreditasi	Draft
		Artikel di Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi	Draft
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding cetak atau elektronik	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
3	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Nasional	Tidak ada
		Lokal	Ada
4	Dokumentasi pelaksanaan	Video kegiatan	Tidak ada
5	(Keynote Speaker/Invited) dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
6	Pembicara tamu (Visiting Lecturer)	Internasional	Tidak ada
7	Kekayaan Intelektual (KI)	Paten	Tidak ada
		Paten Sederhana	Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak ada
		Hak Cipta	Tidak ada
		Merk Dagang	Tidak ada
		Rahasia Dagang	Tidak ada
		Desain Produk Industri	Tidak ada
		Indikasi Geografis	Tidak ada
8	Buku ber ISBN		Tidak ada
9	Book chapter		Tidak ada
10	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Ada
		Keterampilannya meningkat	Ada
		Kesehatannya meningkat	Tidak ada
		Pendapatannya meningkat	Ada
		Pelayanannya meningkat	Tidak ada
11	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Tidak ada
		Keterampilannya meningkat	Tidak ada
		Kualitas produknya meningkat	Tidak ada
		Jumlah produknya meningkat	Tidak ada
		Jenis produknya meningkat	Tidak ada
		Kapasitas produksi meningkat	Tidak ada
		Berhasil melakukan ekspor	Tidak ada
		Berhasil melakukan pemasaran antar Pulau	Tidak ada
		Jumlah aset meningkat	Tidak ada
		Jumlah omsetnya meningkat	Tidak ada
		Jumlah tenaga kerjanya meningkat	Tidak ada
		Kemampuan manajemennya meningkat	Tidak ada
		Keuntungannya meningkat	Tidak ada
		Income generating PT meningkat	Tidak ada
		Produk tersertifikasi	Tidak ada
		Produk terstandarisasi	Tidak ada
		Unit usaha berbadan hukum	Tidak ada
		Jumlah wirausaha baru mandiri	Tidak ada

BAB III

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM Naik Kelas dilakukan melalui metode ceramah dan diskusi secara persuasif dan edukatif melalui tahapan sebagai berikut:

- a. Tim pengabdian melakukan survei lokasi dan kerjasama mitra
- b. Persiapan kegiatan pengabdian oleh tim untuk merencanakan kegiatan mencakup waktu, materi, dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- c. Konfirmasi dengan penanggung jawab sebagai tempat pelaksanaan pengabdian mengenai tempat, sarana prasarana, peserta, dan teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
- d. Pelaksanaan kegiatan pengabdian dibuka oleh ketua Yayasan Genggam Tangan Indonesia
- e. Penyampaian materi dengan metode ceramah yang digunakan untuk memperkenalkan sekaligus mengajak para peserta dengan menumbuhkan motivasi peserta dalam memanfaatkan tools AI ChatGPT dalam peningkatan pengetahuan dan keterampilan *copywriting*.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1. Anggaran Biaya

Adapun anggaran dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini kami sajikan dalam tabel dibawah:

Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya

No	Uraian	Qty	Harga	Jumlah
1. Akomodasi (Perjalanan/Penginapan)				
a.	Survey lapangan	2	Rp. 200.000,	Rp. 200.000,
b.	Akomodasi peserta dan mahasiswa	20	Rp. 30.000,-	Rp. 600.000,-
Subtotal				Rp. 800.000,
2. Peralatan				
a.	Biaya pembuatan proposal dan laporan kegiatan	2	Rp. 50.000,	Rp. 100.000,
b	Biaya pembuatan modul	20	Rp. 10.000,	Rp. 200.000,
Subtotal				Rp. 300.000,
3. Perlengkapan & Makanan				
a.	Spanduk	1	Rp. 100.000,	Rp. 100.000,
b.	Souvenir dan gift terbaik	25	Rp. 25.000,	Rp. 625.000,
c.	Biaya makan siang	25	Rp. 25.000,	Rp. 625.000,-
d.	Snack	25	Rp. 240.000,	Rp. 625.000,
Subtotal				Rp. 1.975.000,
4. Biaya Lain-lain				
a.	Biaya pembuatan sertifikat mitra dan tutor	16	Rp. 15.000,	Rp. 240.000,
b.	ATK	1	Rp. 100.000,	Rp. 100.000,
c.	Uang saku peserta	15	Rp. 35.000,-	Rp. 525.000,-
d.	Biaya administrasi berkas ke mitra	1	Rp. 200.000,	Rp. 200.000,
e.	Biaya lain-lain		Rp. 100.000,	Rp. 100.000,
Subtotal				Rp. 1.165.000,
Total				Rp. 4.240.000,

4.2. Jadwal Kegiatan

Berikut ini adalah time line kegiatan pengabdian masyarakat yang mengusung tema “Meningkatkan Literasi Digital Melalui Pelatihan *Copywriting* bagi UMKM”.

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Uraian Kegiatan	Bulan ke					
		1	2	3	4	5	6
1.	Survei lapangan						
2.	Pengajuan perijinan						
3	Pembuatan proposal dan sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat						
4	Pembuatan materi pelatihan yang akan digunakan						
5	Pelatihan pemanfaatan tools AI untuk <i>copywriting</i>						
6	Pengumpulan, perapian, dan pembuatan surat keterangan dari mitra untuk pembuatan laporan dan luaran kegiatan berupa press release						
7	Pembuatan laporan kegiatan pengabdian masyarakat						

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Komdigi.RI, “Membangun Ekosistem AI di Indonesia untuk 2030, Potensi dan Tantangan.” [Online]. Available: <https://www.komdigi.go.id/berita/infrastruktur-digital/detail/membangun-ekosistem-ai-di-indonesia-untuk-2030-potensi-dan-tantangan>
- [2] D. S. Purba *et al.*, “ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL,” vol. 10, no. 204, pp. 126–139, 2025.
- [3] A. R. dan L. J. Utomo, Sulistyo Budi, *Pemasaran Digital Strategi dan Taktik*, no. 1. Jakarta: PT. Sanskara Karya Internasional, 2024. [Online]. Available: <https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=o8CAEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=pemasaran&ots=dop-VjzbzRY&sig=R9vli4ygkVUA5KzfcyCuCimmmUc>
- [4] D. Suleman, “Strategi Copywriting Untuk Menulis Promosi Offline Atau Online,” *PaKMas J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–6, 2023, doi: 10.54259/pakmas.v3i1.1543.
- [5] A. Alfian, M. Nurchaerani, and R. R. H. Aldini, “Pelatihan Penulisan Copywriting berbasis AI untuk Meningkatkan Penjualan Kerajinan Tas di Desa Kadugenep Serang Banten,” *Communio J. Pengabdi. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, 2024.
- [6] W. Haryanto, R. Oktiyani, and D. Pradiatiningtyas, “MENINGKATKAN EFISIENSI KONTEN UMKM MELALUT TEKNOLOGI AI PENERAPAN CHATGPT UNTUK PEMASARAN DIGITAL PRODUK UMKM KABUPATEN SUKOHARJO,” 2024. [Online]. Available: <http://journals2.ums.ac.id/index.php/abditeknoyasa/>