

Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (ChatGPT), Googlesheet dan Video untuk Peningkatan Kapasitas Digital UMKM Desa Kroya

Shinta Romadhona¹, Linahtadiya Andiani², Eko Fajar Cahyadi³

^{1,3}Universitas Telkom Purwokerto, ²Universitas Telkom Bandung

shintaromadhona@telkomuniversity.ac.id¹, linahtadiyaa@telkomuniversity.ac.id²,

ekofajarcahyadi@telkomuniversity.ac.id³

ABSTRACT

This community service activity aims to identify the level of understanding, utilization, and perceived benefits of Artificial Intelligence technology, specifically ChatGPT, Google Sheets, and basic video content creation, for Small, and Medium Enterprises (SMEs) in Kroya Village. The program was designed as a digital capacity-building initiative to support SMEs in improving marketing effectiveness, administrative efficiency, and creative content production. A quantitative descriptive approach was employed using a survey instrument consisting of 15 Likert-scale questions distributed to 25 SME participants. The survey measured digital literacy, perceived usefulness, implementation readiness, and training relevance. The results show that the average response score of participants ranged between 3.8 and 4.6, indicating a high level of acceptance and positive perception toward AI-based tools. The highest average scores were observed in aspects related to marketing content creation and efficiency improvement. These findings demonstrate that ChatGPT and supporting digital tools are highly relevant for SME empowerment, particularly in strengthening promotional strategies and operational efficiency. The activity concludes that structured training in AI-based digital tools can significantly enhance SME readiness for digital transformation.

Keywords: Artificial Intelligence; ChatGPT; SME; digital training; community service

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman, pemanfaatan, serta persepsi manfaat teknologi Artificial Intelligence, khususnya ChatGPT, Google Sheets, dan pembuatan konten video sederhana bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kroya. Program ini dirancang sebagai upaya peningkatan kapasitas digital UMKM dalam mendukung promosi, pengelolaan administrasi, dan pengembangan konten pemasaran. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif melalui survei dengan instrumen berupa 15 pernyataan skala Likert yang diberikan kepada 25 responden UMKM. Aspek yang diukur meliputi literasi digital, persepsi kemanfaatan, kesiapan implementasi, dan relevansi pelatihan. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata jawaban responden berada pada rentang 3,8 hingga 4,6 yang mengindikasikan tingkat penerimaan dan persepsi positif yang tinggi terhadap pemanfaatan teknologi AI. Nilai tertinggi terdapat pada aspek dukungan terhadap promosi dan efisiensi kerja. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan pemanfaatan ChatGPT dan perangkat digital pendukung sangat relevan untuk mendorong transformasi digital UMKM. Kegiatan ini menyimpulkan bahwa integrasi AI dalam pelatihan UMKM mampu meningkatkan kesiapan pelaku usaha dalam menghadapi tantangan ekonomi digital.

Kata kunci: Artificial Intelligence; ChatGPT; UMKM; pelatihan digital; pengabdian masyarakat

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa perubahan signifikan dalam pola pengelolaan dan pengembangan usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Digitalisasi mendorong perubahan cara UMKM dalam memasarkan produk, mengelola administrasi, serta berinteraksi dengan konsumen. Di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif, kemampuan UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu faktor kunci untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha (Erpidawati & Novelti, 2021)(Tri Wahyuni C et al., 2022). Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa tidak seluruh pelaku UMKM memiliki kesiapan yang memadai dalam mengadopsi teknologi digital (Tri Wahyuni C et al., 2022). Banyak UMKM masih menghadapi keterbatasan literasi digital, baik dari sisi pemahaman konsep, keterampilan teknis, maupun kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi baru. Kondisi ini menyebabkan pemanfaatan teknologi digital sering kali belum optimal, bahkan masih terbatas pada penggunaan media sosial secara sederhana tanpa strategi yang terencana.

Salah satu teknologi yang saat ini berkembang pesat dan memiliki potensi besar untuk mendukung UMKM adalah Artificial Intelligence (AI), khususnya melalui platform ChatGPT. ChatGPT merupakan teknologi AI berbasis pemrosesan bahasa alami yang dapat digunakan untuk membantu berbagai aktivitas usaha, seperti pembuatan caption promosi, penulisan deskripsi produk, penyusunan balasan pesan pelanggan, hingga pencarian ide konten dan pengembangan konsep bisnis (Romadhona et al., 2024). Kemudahan akses dan penggunaan ChatGPT menjadikannya relevan untuk diterapkan pada skala UMKM, terutama bagi pelaku usaha yang memiliki keterbatasan sumber daya manusia dan waktu.

Selain pemanfaatan AI, kemampuan pengelolaan data usaha juga menjadi aspek penting dalam pengembangan UMKM. Penggunaan Google Sheets sebagai alat pencatatan dan pengolahan data keuangan serta administrasi usaha dapat membantu UMKM dalam melakukan pencatatan yang lebih rapi, sistematis, dan mudah dianalisis (Hermanto et al., 2024)(Mumin & Alamin, 2024). Namun, dalam praktiknya, masih banyak pelaku UMKM yang belum terbiasa memanfaatkan aplikasi spreadsheet secara optimal, sehingga pencatatan keuangan sering kali masih dilakukan secara manual atau tidak terdokumentasi dengan baik.

Di sisi lain, perkembangan pemasaran digital saat ini juga menuntut UMKM untuk mampu memproduksi konten visual yang menarik, khususnya dalam bentuk video pendek untuk media sosial. Video promosi dinilai lebih efektif dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan interaksi dibandingkan konten berbasis teks atau gambar statis (Indah Permatasari et al., 2025). Akan tetapi, pembuatan video masih menjadi tantangan tersendiri bagi banyak pelaku UMKM, baik karena keterbatasan keterampilan teknis, perangkat pendukung, maupun rendahnya kepercayaan diri dalam menghasilkan konten video promosi.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada pelatihan dan evaluasi pemanfaatan ChatGPT, Google Sheets, dan pembuatan konten video bagi pelaku UMKM di Desa Kroya. Kegiatan ini tidak hanya

bertujuan untuk memperkenalkan teknologi, tetapi juga untuk mengukur sejauh mana tingkat pemahaman, penerimaan, dan kesiapan UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan AI sebagai alat pendukung usaha. Permasalahan utama yang diangkat dalam kegiatan ini adalah rendahnya literasi dan keterampilan praktis UMKM dalam memanfaatkan teknologi AI dan digital secara terintegrasi. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi berbasis data untuk mengetahui aspek teknologi mana yang telah siap digunakan oleh pelaku UMKM serta aspek mana yang masih memerlukan penguatan melalui pelatihan lanjutan (Larasati et al., 2025).

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menganalisis persepsi pelaku UMKM terhadap manfaat pemanfaatan ChatGPT, Google Sheets, dan pembuatan video dalam mendukung kegiatan usaha, serta mengidentifikasi kompetensi digital yang paling relevan untuk dikembangkan. Hasil analisis ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam merancang model pelatihan UMKM yang lebih tepat sasaran, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan nyata di lapangan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan ini merupakan bagian dari program pengabdian masyarakat Telkom University yang bertujuan meningkatkan kapasitas digital UMKM desa melalui pemanfaatan teknologi sederhana namun aplikatif. Berdasarkan dokumen proposal, mayoritas peserta merupakan ibu rumah tangga pelaku UMKM rumahan dengan latar belakang pendidikan SMP hingga SMA, yang selama ini masih menghadapi kendala dalam pencatatan keuangan, promosi digital, dan pembuatan konten produk. Pelaksanaan dilakukan di Cilacap pada 17 November 2025 dengan dihadiri 25 pelaku Usaha UMKM di Desa Kroya, Kecamatan Kroya, Kabupaten Cilacap.

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendekatan deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis tingkat pemahaman, persepsi, serta kesiapan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terhadap pemanfaatan teknologi kecerdasan buatan dalam kegiatan usaha. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan gambaran objektif berdasarkan data numerik yang diperoleh langsung dari responden setelah mengikuti kegiatan pelatihan.

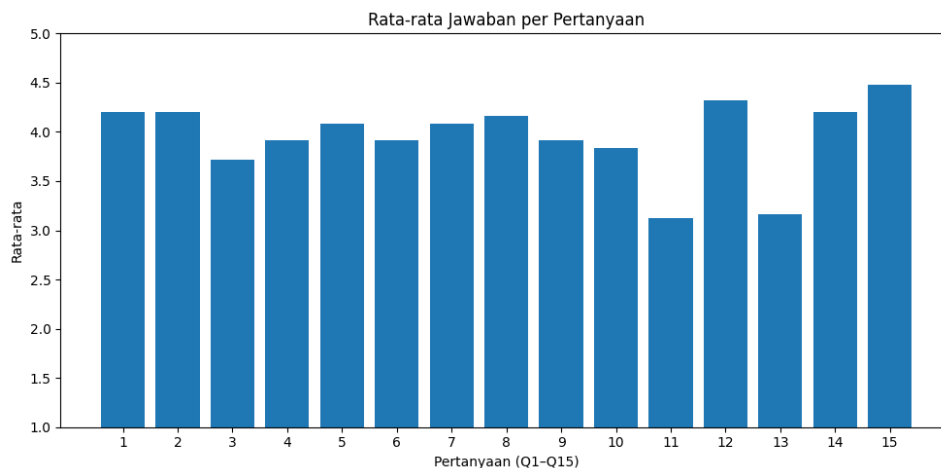
Pengumpulan data dilakukan melalui metode survei dengan menggunakan instrumen kuesioner tertutup. Kuesioner disusun menggunakan skala Likert lima tingkat, yaitu 1 = Sangat Tidak Setuju (STS), 2 = Tidak Setuju (TS), 3 = Netral (N), 4 = Setuju (S), dan 5 = Sangat Setuju (SS). Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan pemanfaatan teknologi digital dan kecerdasan buatan dalam mendukung aktivitas UMKM. Instrumen survei terdiri dari 15 pernyataan, yang dikelompokkan ke dalam tiga tema utama, yaitu pemanfaatan ChatGPT untuk mendukung kegiatan promosi dan pengelolaan usaha, penggunaan Google Sheets untuk pencatatan dan pengolahan data usaha, serta pembuatan konten video sebagai media promosi digital bagi UMKM. Pembagian tema ini dimaksudkan untuk mengidentifikasi tingkat kesiapan dan kebutuhan peserta pada masing-masing aspek pelatihan secara lebih terstruktur. Pengisian kuesioner dilakukan setelah seluruh rangkaian pelatihan selesai

dilaksanakan, dengan tujuan untuk menangkap persepsi dan penilaian responden berdasarkan pengalaman langsung selama mengikuti kegiatan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai efektivitas pelatihan serta tingkat penerimaan peserta terhadap materi yang diberikan.

Hasil analisis data selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel dan grafik, guna memudahkan proses interpretasi dan pembahasan. Penyajian visual tersebut diharapkan dapat membantu dalam mengidentifikasi perbedaan tingkat pemahaman dan kesiapan peserta pada masing-masing tema, serta menjadi dasar dalam merumuskan rekomendasi pengembangan kegiatan pelatihan serupa di masa mendatang.

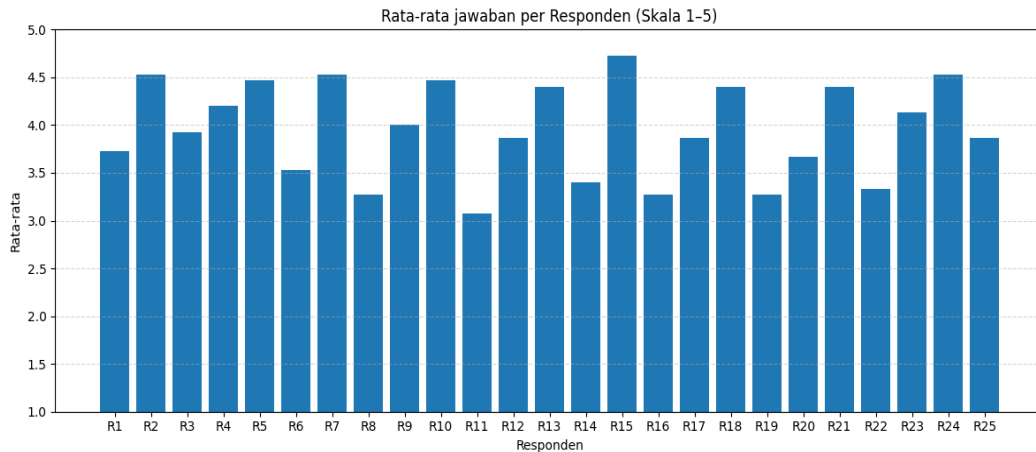
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai rata-rata jawaban responden berada pada kisaran tinggi, dengan mayoritas responden memberikan penilaian setuju dan sangat setuju terhadap pernyataan yang diajukan. Grafik nilai rata-rata per responden memperlihatkan bahwa seluruh peserta memiliki tingkat penerimaan yang baik terhadap materi pelatihan, dengan tidak ada responden yang menunjukkan nilai rata-rata rendah.



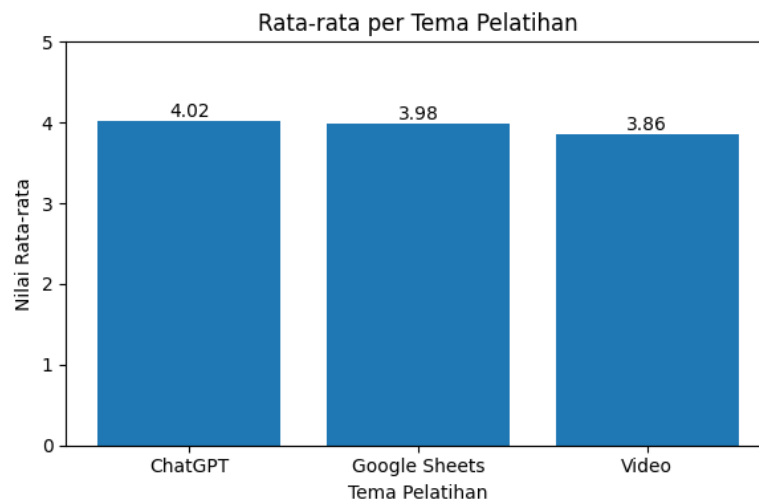
Gambar 1. Nilai rata-rata setiap pertanyaan

Hasil analisis survei pada Gambar 1. menunjukkan bahwa rata-rata keseluruhan respons peserta sebesar 3,95 dari skala 5, yang berada pada kategori Setuju. Nilai ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta memiliki sikap positif dan kesiapan awal yang cukup baik terhadap pemanfaatan teknologi digital, khususnya ChatGPT, Google Sheets, dan pembuatan video, dalam mendukung aktivitas usaha UMKM.



Gambar 2. Nilai rata-rata Responden setiap pertanyaan

Jika ditinjau berdasarkan Gambar 2. terlihat perbedaan tingkat kekuatan penerimaan. Tema integrasi dan komitmen penggunaan teknologi (Q15) memperoleh skor tertinggi dengan nilai rata-rata 4,48, yang menunjukkan minat sangat tinggi peserta untuk mengombinasikan ChatGPT, Google Sheets, dan video sebagai satu kesatuan strategi pengelolaan dan promosi usaha. Hal ini menegaskan bahwa peserta tidak memandang teknologi tersebut secara terpisah, melainkan sebagai ekosistem digital yang saling melengkapi.



Gambar 3. Nilai rata-rata tema pelatihan dengan 25 peserta pelatihan

Ditinjau dari rata-rata per tema, pelatihan ChatGPT memperoleh skor tertinggi (4,02), diikuti oleh Google Sheets (3,98), dan Video (3,86). Hal ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM merasakan manfaat langsung dari penggunaan ChatGPT, khususnya dalam membantu promosi produk, pembuatan konten pemasaran, dan efisiensi waktu kerja. Google Sheets dinilai bermanfaat dalam pengelolaan administrasi dan pencatatan usaha, meskipun sebagian responden masih memerlukan pendampingan lanjutan. Sementara itu, pembuatan video

memperoleh skor yang baik sebagai sarana pemasaran visual, namun membutuhkan keterampilan teknis tambahan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa keahlian yang paling relevan untuk dikembangkan melalui pelatihan lanjutan adalah kemampuan pemanfaatan AI untuk konten pemasaran dan komunikasi bisnis. Integrasi ChatGPT dalam aktivitas UMKM terbukti mampu meningkatkan kreativitas, efisiensi, dan kesiapan digital pelaku usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Desa Kroya memiliki persepsi yang sangat positif terhadap pemanfaatan teknologi AI, khususnya ChatGPT, sebagai alat pendukung usaha. Nilai rata-rata jawaban responden yang tinggi menandakan tingkat penerimaan, minat, dan kesiapan implementasi yang baik. Keahlian yang paling tepat dan dibutuhkan oleh UMKM adalah pemanfaatan ChatGPT untuk promosi, pembuatan konten, dan pengelolaan komunikasi usaha.

Sebagai saran, kegiatan pelatihan selanjutnya perlu difokuskan pada praktik lanjutan dan studi kasus nyata agar pelaku UMKM semakin terampil dalam mengintegrasikan AI ke dalam proses bisnis sehari-hari. Selain itu, pendampingan berkelanjutan dan pengembangan modul sederhana sangat diperlukan (Mumin, Muhammad Amirul, 2024) untuk memastikan keberlanjutan dampak program.

DAFTAR PUSTAKA

- Erpidawati, & Novelti. (2021). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Google Drive dan Blogs bagi Pengawas Sekolah Dasar. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 330–334. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i2.5348>
- Hermanto, F. Y., Ranu, M. E., Pahlevi, T., Nugraha, J., Hidayati, B., Nnamdi, A. O., & Sholikah, M. (2024). Digitalization for family documents: Improving awareness of digital archives using Google Drive for facing industry 4.0. *Journal of Community Service and Empowerment*, 5(2), 364–375. <https://doi.org/10.22219/jcse.v5i2.30323>
- Indah Permatasari, Shinta Romadhona, & Solichah Larasati. (2025). Rebranding Kemasan Stik Ubi Ungu Desa Kroya guna Meningkatkan Nilai Jual Produk UKM. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v6i1.1949>
- Larasati, S., Romadhona, S., & Affandi, M. A. (2025). Edukasi Dasar Robotik bagi Tenaga Pendidik Kinder Club Banyumas Menggunakan Robot Line Follower untuk Meningkatkan Kreativitas dan Problem Solving. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 5(4), 1631–1640.
- Mumin, M. A., & Alamin, Z. (2024). Pelatihan Pemanfaatan Google Drive dan Learning Games Kahoot Pada Proses Pembelajaran Bagi Warga Sutorejo. *Taroa: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 106–116. <https://doi.org/10.52266/taroa.v3i2.3196>

El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat

Vol 6 No 2 (2026) 201-207 P-ISSN 2746-9794 E-ISSN 2747-2736

DOI: 10.47467/elmujtama.v6i2.11138

- Romadhona, S., Pradana, Z. H., Larasati, L., & Praja, M. P. K. (2024). Peningkatan Kapasitas Digital Untuk HIMPAUDI Banyumas Melalui Pelatihan Desain dan Komunikasi Digital; Enhancing Digital Capacity for Himpaudi Banyumas through Design and Digital Communication Training. *Pengabdian Masyarakat Borneo*, 8(3), 225-233. <http://jurnal.borneo.ac.id/index.php/jpmb>
- Tri Wahyuni C, Rahmasari, B. S., Kurli, H., Safura, A., Rosanti, T., & Sari, I. (2022). Pelatihan Pemanfaatan Aplikasi Google Drive dan Google Meet bagi Guru di SDN Kalianget X Sumenep. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(1), 76. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i1.4781>