

OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL UMKM DESA MONTONG GAMANG MELALUI PENDAMPINGAN PERANCANGAN CAPTION KREATIF

M. Ikhwanul Hakim
Institut Agama Islam Hamzanwadi NW Lombok Timur

Email: ikhwan.mat01@gmail.com

Info Artikel

Kata Kunci:

Pemasaran digital,
caption kreatif, AI

Keyword:

Digital marketing,
creative captions, AI

Abstrak

Pendampingan pemasaran digital bagi pelaku UMKM di Dusun-dusun Desa Montong Gaman bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dalam menyusun caption kreatif yang efektif di media sosial. Metode yang digunakan meliputi pengumpulan data pelaku UMKM, pendampingan pembuatan caption berbasis Artificial Intelligence (AI), serta pelatihan promosi melalui platform digital seperti WhatsApp dan Facebook. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu membekali pelaku UMKM dengan keterampilan menulis caption yang persuasif, relevan dengan karakter produk, serta mampu meningkatkan interaksi dan minat beli konsumen. Pemanfaatan caption kreatif berbasis AI membantu penyampaian pesan promosi yang lebih terstruktur, informatif, dan menarik secara visual. Meskipun demikian, terdapat kendala seperti keterbatasan perangkat elektronik dan rendahnya literasi digital yang masih memengaruhi optimalisasi pemasaran digital. Oleh karena itu, dibutuhkan pendampingan yang berkelanjutan dengan pendekatan sederhana agar pelaku UMKM dapat mengadaptasi teknologi digital secara efektif. Secara keseluruhan, pendampingan ini berkontribusi positif terhadap peningkatan kemampuan pemasaran digital, interaksi konsumen, serta pengembangan usaha UMKM.

Abstract

Digital marketing support for MSME actors in the hamlets of Desa Montong Gaman aims to improve their ability to create effective and creative social media captions. The method used includes preparing community business data, assisting in caption creation with Artificial Intelligence (AI), and guiding how to promote products through digital platforms such as WhatsApp and Facebook. The results indicate that the training successfully equipped MSME actors with skills to write persuasive and product-aligned captions that increase consumer interaction and purchase interest. AI-based creative captioning facilitated more structured, informative, and visually engaging promotional messaging. However, challenges such as limited access to electronic devices and low digital literacy hindered the full optimization of digital marketing efforts. Therefore, ongoing support with simple and practical approaches is necessary to help MSME actors gradually adopt digital technology effectively. Overall, this assistance positively contributes to enhancing digital marketing skills, consumer engagement, and MSME business development.

PENDAHULUAN

Pemasaran digital sangat penting bagi UMKM karena memungkinkan pelaku usaha mempromosikan produk dan jasanya secara lebih luas, cepat, dan efisien melalui media digital seperti media sosial, marketplace, dan website (Saudah dkk., 2025). Dengan pemasaran digital, UMKM tidak lagi terbatas oleh lokasi geografis sehingga dapat menjangkau konsumen

dari berbagai daerah bahkan hingga ke pasar nasional dan internasional. Selain itu, biaya pemasaran digital relatif lebih terjangkau dibandingkan pemasaran konvensional, sehingga sangat sesuai dengan keterbatasan modal yang sering dimiliki UMKM.

Selain memperluas jangkauan pasar, pemasaran digital juga membantu UMKM membangun hubungan yang lebih dekat dengan pelanggan. Melalui interaksi langsung di media sosial atau platform digital lainnya, UMKM dapat memahami kebutuhan, preferensi, dan feedback konsumen secara real time. Hal ini memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk, pelayanan, serta strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, sehingga daya saing UMKM dapat terus meningkat di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Media sosial berperan penting dalam meningkatkan penjualan karena menjadi sarana promosi yang efektif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Fantini dkk., 2021). Melalui platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk, menampilkan keunggulan, serta menyampaikan informasi promo secara cepat dan menarik. Konten visual yang kreatif, seperti foto dan video, mampu menarik perhatian calon konsumen dan mendorong minat beli tanpa harus mengeluarkan biaya promosi yang besar.

Selain sebagai media promosi, media sosial juga berfungsi sebagai alat komunikasi langsung antara penjual dan konsumen. Interaksi melalui komentar, pesan, dan ulasan membantu membangun kepercayaan serta loyalitas pelanggan. Dengan respon yang cepat dan pelayanan yang baik, konsumen akan merasa lebih dekat dengan brand, sehingga peluang terjadinya pembelian ulang semakin besar. Media sosial juga memungkinkan pelaku usaha menganalisis perilaku konsumen untuk menyusun strategi penjualan yang lebih tepat sasaran.

UMKM sering menghadapi tantangan dalam membuat caption yang efektif karena keterbatasan pengetahuan tentang strategi pemasaran digital dan teknik penulisan yang menarik. Banyak pelaku UMKM masih kesulitan memberi pemahaman bagi masyarakat yang tidak memiliki pemahaman mengenai sosial media dan keterbatasan alat elektronik seperti HP (Harahap dkk., 2025). Selain itu, keterbatasan waktu dan ide kreatif juga menjadi hambatan dalam menyusun caption yang konsisten dan relevan.

METODE

Pada penelitian ini menggunakan metode pendampingan, seperti mempersiapkan data-data masyarakat yang berjualan di dusun-dusun desa montong gaman, mendampingi masyarakat untuk pembuatan caption di AI, membantu cara mempromosikan jualan di sosial media seperti (whatshap, dan facebook)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tujuan kegiatan

Kegiatan ini bertujuan untuk membekali pelaku UMKM dengan keterampilan membuat caption kreatif yang mampu menarik perhatian konsumen di media sosial. Melalui pelatihan yang terarah, pelaku UMKM diajarkan cara menyusun kalimat promosi yang persuasif, relevan dengan produk, serta sesuai dengan karakter target pasar. Caption yang kreatif dan tepat sasaran diharapkan dapat memperkuat citra produk, meningkatkan daya tarik visual, serta membantu UMKM menyampaikan nilai dan keunggulan produknya secara efektif (Rimadias dkk., 2025).

Selain itu, keterampilan penulisan caption yang baik berperan penting dalam meningkatkan manajemen dan konversi penjualan melalui media sosial. Caption yang menarik dapat mendorong interaksi seperti komentar, like, dan share, sekaligus mengajak

konsumen melakukan tindakan pembelian. Dengan demikian, pelaku UMKM mampu mengoptimalkan strategi pemasaran digital secara lebih terencana dan berkelanjutan, sehingga pemanfaatan media sosial tidak hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai alat peningkatan penjualan dan pengembangan usaha.

Pendampingan pembuatan caption kreatif berbasis Artificial Intelligence (AI) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM (Girfita dkk., 2024). Melalui pemanfaatan AI, pelaku usaha memperoleh kemudahan dalam menyusun caption promosi yang lebih terstruktur, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik produk yang ditawarkan. Caption yang menarik mampu menyampaikan pesan promosi secara singkat namun efektif, terutama pada media sosial yang menuntut penyampaian informasi secara cepat dan didukung oleh konten visual.



Gambar1. Kegiatan pembuatan caption

Dengan penggunaan kata-kata yang tepat, informatif, serta adanya ajakan bertindak (call to action), produk UMKM menjadi lebih mudah menarik perhatian calon konsumen, meningkatkan interaksi, serta mendorong tumbuhnya minat beli. Hal ini menunjukkan bahwa caption tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap unggahan, tetapi juga sebagai strategi komunikasi pemasaran yang berperan penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital.

Namun demikian, dalam pelaksanaan kegiatan masih ditemukan beberapa kendala yang menjadi hambatan dalam optimalisasi pemasaran digital UMKM. Keterbatasan kepemilikan perangkat elektronik, seperti telepon pintar, serta rendahnya tingkat literasi digital pada sebagian pelaku UMKM menyebabkan pemanfaatan teknologi belum dapat dilakukan secara maksimal (Avista dkk., 2025). Selain itu, masih terdapat pelaku usaha yang merasa kurang percaya diri dalam menggunakan media sosial dan teknologi berbasis AI.

Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan dengan pendekatan yang sederhana, praktis, dan mudah dipahami agar pelaku UMKM dapat beradaptasi secara bertahap. Pendampingan yang berkesinambungan diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan diri, pemahaman, serta keterampilan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi digital secara optimal untuk mendukung keberlanjutan dan pengembangan usaha.



Gambar 2. Penutupan kegiatan

KESIMPULAN

Pendampingan UMKM dalam pembuatan caption kreatif berbasis Artificial Intelligence (AI) terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pemasaran digital pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini, pelaku UMKM memperoleh pemahaman dan keterampilan dalam menyusun caption promosi yang menarik, persuasif, dan sesuai dengan karakter produk serta target pasar. Pemanfaatan media sosial yang didukung oleh caption yang tepat mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen serta mendorong minat beli, sehingga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan daya saing UMKM.

Meskipun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan perangkat elektronik dan rendahnya literasi digital pada sebagian pelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan pendampingan yang berkelanjutan dan pendekatan yang sederhana agar pemanfaatan teknologi digital, khususnya AI dan media sosial, dapat digunakan secara optimal oleh seluruh pelaku UMKM. Dengan dukungan dan pendampingan yang berkesinambungan, pemasaran digital diharapkan dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung pengembangan dan keberlanjutan usaha UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pendampingan pembuatan caption kreatif berbasis Artificial Intelligence (AI) bagi pelaku UMKM di Desa Montong Gaman. Ucapan terima kasih disampaikan kepada pemerintah desa, pelaku UMKM, serta masyarakat setempat yang telah berpartisipasi secara aktif dan kooperatif selama kegiatan berlangsung.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan seluruh pihak terkait yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan moral maupun teknis, sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan kemampuan pemasaran digital UMKM

DAFTAR PUSTAKA

- Avista, D. R., Langit, U. A. S., & Mashudi. (2025). Literasi Digital dan Penguatan UMKM: Tinjauan Teoritis terhadap Strategi Pemberdayaan di Daerah Terpencil. *Paraduta : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(2), 55–60.
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial*, 1(2), 126– 131.
- Girfita, S. N., Siswanti, W., & Altiarika, E. (2024). Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi UMKM Di Desa Namang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(4), 5609– 5615.
- Harahap, E. Z., Pratika, O., & Zainarti. (2025). HAMBATAN TEKNOLOGI YANG DIHADAPI PELAKU UMKM DALAM PEMANFAATAN PLATFROM GRABFOOD: KEDAI MBAK WIWIK. *HUMANITIS: Jurnal Homaniora, Sosial Dan Bisnis*, 3(6), 1785– 1792.

Rimadiaz, S., Irawan, S. B. P., Indraswari, A. P., Lazuardy, S. S., Fadhil, M., & Mardhira, S. (2025). Implementasi Komunikasi Pemasaran Terpadu untuk Peningkatan Brand Awareness UMKM Draw Coffee. *Masyarakat Mandiri : Jurnal Pengabdian Dan Pembangunan Lokal*, 2(1), 102-115.

Saudah, S., Maulana, M. N., Ismawati, A. L., & Aprianto, R. (2025). Peningkatan Produktivitas UMKM ☐Kopi Thung☐ melalui Sinergi Media Sosial dan Media Konvensional. *Journal of Indonesian Society Empowerment*, 3(1), 1- 12.