

Optimalisasi Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Digital Komunitas Single Mother melalui Workshop Desain Grafis berbasis Artificial Intelligence

Fatmariani*, Azalia Mawarindani Indra, Eka Prasetya Adhy Sugara

Institut Teknologi dan Bisnis Palcomtech Palembang, Kota Palembang, Indonesia

Email: ¹*friani308@gmail.com, ²azalia.mawarindani@palcomtech.ac.id, ³eka.prasetya@palcomtech.ac.id

(* : coessponding author)

Abstrak—Perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha mikro untuk mampu memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan pemasaran produk. Namun, anggota Komunitas Single Mother Ukhuwah di Kota Palembang masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, terutama dalam pembuatan media promosi yang menarik serta penggunaan aplikasi berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Kondisi tersebut mengakibatkan promosi produk belum optimal sehingga daya saing usaha menjadi rendah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas kewirausahaan digital anggota komunitas melalui workshop desain grafis berbasis AI. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif yang meliputi identifikasi kebutuhan mitra, penyampaian materi kewirausahaan digital, pelatihan penggunaan aplikasi desain grafis berbasis AI, praktik pembuatan konten promosi digital, pendampingan, serta evaluasi melalui *pre-test* dan *post-test*. Evaluasi dilakukan terhadap lima indikator, yaitu pemahaman *digital marketing*, penggunaan aplikasi AI, kemampuan membuat desain promosi, pemanfaatan media sosial, dan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pada seluruh indikator, yaitu pemahaman *digital marketing* meningkat dari 40% menjadi 85%, penggunaan aplikasi AI dari 25% menjadi 82%, kemampuan membuat desain promosi dari 30% menjadi 88%, pemanfaatan media sosial dari 45% menjadi 90%, serta kepercayaan diri menggunakan teknologi dari 38% menjadi 87%. Selain itu, seluruh peserta mampu menghasilkan konten promosi digital yang sesuai dengan karakteristik usahanya dan mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran yang lebih efektif. Hasil tersebut menunjukkan bahwa workshop desain grafis berbasis AI efektif dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital komunitas *single mother* serta mendukung pengembangan usaha mikro yang lebih kompetitif di era digital.

Kata Kunci: Kewirausahaan Digital; Single Mother; Desain Grafis; Artificial Intelligence; Pemasaran Digital

Abstract—The development of digital technology requires micro-businesses to be able to utilize digital media as a means of product promotion and marketing. However, members of the Single Mother Ukhuwah Community in Palembang City still face limitations in utilizing digital technology, especially in creating attractive promotional media and using Artificial Intelligence (AI)-based applications. This condition results in suboptimal product promotion, resulting in low business competitiveness. This community service activity aims to strengthen the digital entrepreneurship capacity of community members through an AI-based graphic design workshop. The implementation method uses a participatory approach that includes identifying partner needs, delivering digital entrepreneurship materials, training in the use of AI-based graphic design applications, practicing creating digital promotional content, mentoring, and evaluation through pre-tests and post-tests. The evaluation is carried out on five indicators, namely understanding digital marketing, using AI applications, the ability to create promotional designs, utilizing social media, and confidence in using digital technology. The results of the activity showed improvements across all indicators: digital marketing understanding increased from 40% to 85%, AI application usage increased from 25% to 82%, promotional design skills increased from 30% to 88%, social media utilization increased from 45% to 90%, and technology confidence increased from 38% to 87%. Furthermore, all participants were able to produce digital promotional content tailored to their business characteristics and began utilizing social media as a more effective marketing tool. These results demonstrate that the AI-based graphic design workshop was effective in increasing the digital entrepreneurship capacity of the single mother community and supporting the development of more competitive micro-enterprises in the digital era.

Keywords: Digital Entrepreneurship; Single Mother; Graphic Design; Artificial Intelligence; Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola pemasaran dan pengelolaan usaha mikro di Indonesia. Transformasi digital tidak hanya memengaruhi perusahaan berskala besar, tetapi juga pelaku usaha kecil dan masyarakat ekonomi produktif yang mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana promosi dan peningkatan penjualan. Pemanfaatan media sosial, *marketplace*, serta aplikasi desain digital menjadi bagian penting dalam mendukung strategi pemasaran modern yang lebih efektif, cepat, dan menjangkau pasar lebih luas. Menurut (Anggraeni & Ismaya, 2026), transformasi digital pada usaha mikro mampu meningkatkan efektivitas promosi serta memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi kreatif. Selain itu, (Mubiarto, Utami, Sevtiandary, & Handayani, 2025) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial secara optimal dapat meningkatkan daya saing usaha mikro di era ekonomi digital. Namun demikian, tidak semua kelompok masyarakat memiliki kemampuan yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital, khususnya kelompok rentan secara ekonomi seperti komunitas *single mother* Ukhuwah. Komunitas *single mother* merupakan kelompok perempuan yang memiliki tanggung jawab ganda sebagai pencari nafkah sekaligus pengasuh keluarga. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian besar anggota komunitas memiliki keterbatasan waktu, akses pelatihan, serta keterampilan digital dalam mengembangkan usaha mandiri. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (Kisti, et al.,

2025), tingkat partisipasi perempuan dalam kewirausahaan digital masih lebih rendah dibandingkan laki-laki akibat keterbatasan akses teknologi dan literasi digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Indah, Amanda, Dia, Alba, & Alim, 2025) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha mandiri masyarakat.

Hasil observasi awal pada komunitas *single mother* mitra menunjukkan bahwa sekitar 78% anggota masih menggunakan metode pemasaran konvensional, 65% belum mampu membuat desain promosi digital secara mandiri, dan 72% belum memahami penggunaan aplikasi berbasis *Artificial Intelligence* (AI) dalam mendukung kegiatan usaha. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya daya saing produk dan terbatasnya jangkauan pemasaran usaha yang dimiliki. Menurut (Wibawa, et al., 2026), penguatan kewirausahaan perempuan berbasis teknologi digital sangat penting untuk meningkatkan produktivitas ekonomi keluarga dan kemandirian usaha masyarakat perempuan.

Di era digitalisasi saat ini, desain grafis menjadi salah satu elemen penting dalam membangun identitas usaha dan menarik perhatian konsumen. Konten visual yang menarik mampu meningkatkan interaksi pelanggan pada media sosial serta memperkuat strategi pemasaran digital (Kurnilia, et al., 2024), (Karimah., Rinonce., & Syahroni, 2025) menjelaskan bahwa pelatihan desain grafis mampu meningkatkan kreativitas pelaku usaha dalam membuat media promosi yang lebih menarik dan profesional. Kehadiran teknologi *Artificial Intelligence* memberikan kemudahan baru dalam proses pembuatan desain promosi karena pengguna dapat menghasilkan konten visual secara cepat, praktis, dan efisien tanpa memerlukan kemampuan desain profesional. Teknologi ini dinilai sangat relevan diterapkan pada pelaku usaha mikro karena mampu menghemat biaya promosi dan meningkatkan produktivitas pemasaran digital (Promalessy & Pratiwi, 2026).

Permasalahan utama yang dihadapi mitra dalam kegiatan pengabdian ini meliputi rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan membuat desain promosi, minimnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta kurangnya pemahaman penggunaan aplikasi desain berbasis AI. Sebagian besar anggota komunitas masih bergantung pada promosi dari mulut ke mulut dan belum memiliki identitas visual usaha yang menarik. Selain itu, keterbatasan ekonomi menyebabkan mitra tidak mampu menggunakan jasa desain profesional untuk mendukung promosi usaha mereka. Jika kondisi ini tidak ditangani, maka peluang pengembangan usaha di era ekonomi digital akan semakin terbatas. (Maulana, Nuriarti, Iman, Jannah, & Hidayat, 2023) menyebutkan bahwa pelatihan teknologi digital bagi komunitas perempuan produktif dapat menjadi solusi dalam meningkatkan keterampilan dan kemandirian ekonomi masyarakat.

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui workshop desain grafis berbasis AI yang difokuskan pada penguatan kapasitas kewirausahaan digital komunitas *single mother*. Workshop dirancang dengan pendekatan praktik langsung menggunakan aplikasi desain berbasis AI untuk membantu peserta membuat konten promosi digital secara mandiri. Materi yang diberikan meliputi pengenalan kewirausahaan digital, strategi pemasaran media sosial, penggunaan aplikasi desain grafis berbasis AI, teknik membuat konten promosi menarik, serta pendampingan implementasi desain untuk kebutuhan usaha peserta. Pendekatan ini diharapkan mampu meningkatkan keterampilan digital peserta secara aplikatif dan berkelanjutan. (Rani & Wahyuni, 2023) menyatakan bahwa metode workshop berbasis praktik langsung efektif meningkatkan pemahaman peserta terhadap penggunaan teknologi digital.

Beberapa kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan *digital marketing* mampu meningkatkan kemampuan promosi usaha mikro melalui media sosial (Salim, et al., 2026). Penelitian lain menjelaskan bahwa penggunaan aplikasi desain grafis digital dapat meningkatkan kreativitas dan daya tarik promosi produk usaha kecil (Nur, Usman., Ilyas, Samsudin., & Sudeska, 2026). Selain itu, kegiatan pelatihan berbasis teknologi AI terbukti membantu pelaku usaha dalam menghasilkan konten pemasaran secara lebih efisien dan inovatif (Mahadipta, Pratama, & Prasiani, 2024). Pengabdian serupa yang dilakukan oleh (Susilowati, Ridlwan, Fikriyah, Timur, & Wijaya, 2026) menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pemasaran digital perempuan pelaku usaha setelah mendapatkan pendampingan penggunaan aplikasi desain digital. (Nursalim, Anshori, Setiyarini, & Maksum, 2024) juga menjelaskan bahwa pelatihan pemasaran berbasis media sosial dapat membantu pelaku usaha perempuan memperluas jangkauan promosi produk secara lebih efektif.

Sementara itu, (Budiarti, Pertiwi, Khoerunnisa, Permata, & Al-lust, 2025) menyatakan bahwa inovasi pemasaran berbasis AI memberikan dampak positif terhadap efisiensi promosi dan kualitas konten digital UMKM. Meskipun demikian, sebagian besar kegiatan sebelumnya masih berfokus pada pelaku usaha umum dan belum secara spesifik menyoroti komunitas *single mother* sebagai kelompok rentan ekonomi. Selain itu, pemanfaatan teknologi AI dalam pelatihan desain grafis pada kegiatan pengabdian masyarakat masih relatif terbatas. Oleh karena itu, kegiatan ini memiliki kebaruan pada integrasi pelatihan desain grafis berbasis AI dengan penguatan kewirausahaan digital bagi komunitas *single mother* Ukuwah. Program tidak hanya memberikan pelatihan teknis penggunaan aplikasi, tetapi juga mendorong peserta memahami strategi pemasaran digital yang sesuai dengan kebutuhan usaha mikro. (Wahanani, Swasti, Sholihatin, Affro, & Arimawan, 2025) menyebutkan bahwa pendampingan kewirausahaan digital pada kelompok usaha perempuan dapat meningkatkan kemampuan adaptasi teknologi sekaligus memperkuat kemandirian ekonomi masyarakat.

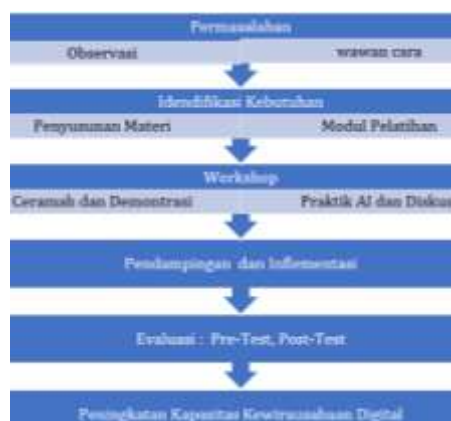
Wilayah pelaksanaan pengabdian merupakan lingkungan masyarakat Palembang khususnya di kecamatan kemuning dengan dominasi usaha mikro rumah tangga seperti kuliner, kerajinan tangan, dan produk fesyen sederhana. Secara sosial dan ekonomi, sebagian anggota komunitas memiliki tingkat pendapatan yang relatif rendah dengan ketergantungan utama pada usaha mandiri berskala kecil. Namun demikian, wilayah ini memiliki potensi pengembangan ekonomi digital karena sebagian besar peserta telah memiliki telepon pintar dan akses internet dasar yang dapat dimanfaatkan untuk pemasaran digital. Potensi tersebut menjadi dasar pelaksanaan workshop agar peserta mampu memanfaatkan teknologi secara produktif dalam mendukung peningkatan pendapatan keluarga. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital komunitas *single mother* Ukhuwah melalui workshop desain grafis berbasis AI sehingga peserta mampu membuat media promosi digital secara mandiri dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran usaha. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kreativitas, produktivitas, dan daya saing usaha peserta di era digitalisasi. Adapun manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini adalah meningkatnya literasi digital masyarakat, terbentuknya kemampuan desain promosi berbasis AI, meningkatnya kualitas pemasaran produk usaha mikro, serta terciptanya peluang penguatan ekonomi keluarga secara berkelanjutan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui workshop penguatan kapasitas kewirausahaan digital dengan fokus pada pelatihan desain grafis berbasis Artificial Intelligence (AI) bagi komunitas *single mother* Ukhuwah. Metode pelaksanaan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif dan aplikatif agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman teoritis, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan digital secara langsung dalam kegiatan usaha yang dijalankan. Pendekatan yang digunakan mengacu pada konsep *experiential learning*, yaitu proses pembelajaran berbasis pengalaman melalui praktik langsung, simulasi, diskusi, dan pendampingan. (Nurhidayah, 2023) menjelaskan bahwa metode pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan efektivitas transfer keterampilan digital kepada masyarakat secara lebih optimal. Selain itu, pendampingan berkelanjutan juga menjadi faktor penting dalam membantu masyarakat mengimplementasikan hasil pelatihan pada aktivitas usaha sehari-hari (Prakoso & Setiadi, 2026).

Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada 2 November 2025 bertempat di Hotel MaxOne Palembang, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Sasaran kegiatan adalah anggota Komunitas Single Mother Ukhuwah yang memiliki usaha mikro maupun sedang merintis usaha mandiri. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada penyelesaian permasalahan rendahnya literasi digital, keterbatasan kemampuan membuat media promosi digital, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam mendukung pemasaran produk. Solusi yang ditawarkan berupa workshop berbasis praktik yang mengintegrasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, pendampingan, dan evaluasi sehingga peserta mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh pada kegiatan usaha secara mandiri.

Mitra kegiatan pengabdian adalah Komunitas Single Mother "Ukhuwah" yang berlokasi di Kecamatan Kemuning, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Komunitas ini memiliki 35 anggota aktif, dengan 25 peserta mengikuti kegiatan pengabdian. Sebagian besar anggota menjalankan usaha mikro pada bidang kuliner, kerajinan tangan, dan fesyen rumahan. Berdasarkan hasil observasi awal, sebagian besar anggota masih memasarkan produk melalui promosi dari mulut ke mulut dan WhatsApp tanpa menggunakan desain promosi digital yang menarik. Berdasarkan hasil identifikasi tersebut, tim pengabdian merancang tahapan pelaksanaan yang disusun secara sistematis mulai dari identifikasi kebutuhan mitra hingga evaluasi hasil kegiatan. Alur pelaksanaan kegiatan disajikan pada Gambar 1



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Workshop Penguatan Kapasitas Kewirausahaan Digital Komunitas Single Mother melalui Desain Grafis Berbasis Artificial Intelligence (AI)

Gambar 1 menunjukkan bahwa kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui kondisi mitra dan kebutuhan pelatihan. Informasi yang diperoleh menjadi dasar dalam penyusunan materi, modul, dan instrumen evaluasi. Selanjutnya, workshop dilaksanakan melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi interaktif. Tahap berikutnya adalah pendampingan implementasi hasil pelatihan pada media sosial usaha peserta. Seluruh rangkaian kegiatan diakhiri dengan evaluasi menggunakan *pre-test*, *post-test*, observasi, dan penilaian hasil praktik untuk mengukur efektivitas program.

Pelaksanaan kegiatan dibagi menjadi lima tahapan utama yang saling berkaitan untuk memastikan solusi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan mitra serta mampu mencapai tujuan kegiatan pengabdian. Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan mitra. Pada tahap ini tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara untuk mengetahui kondisi usaha peserta, tingkat literasi digital, serta kebutuhan pelatihan yang diperlukan. Data yang dikumpulkan meliputi kemampuan penggunaan media sosial, pemahaman pemasaran digital, dan keterampilan penggunaan aplikasi desain grafis. (Asrini, Putu, Ayundha, & Veranita, 2024) menyatakan bahwa identifikasi kebutuhan masyarakat menjadi langkah awal yang penting dalam menentukan bentuk program pelatihan yang tepat sasaran dan sesuai kebutuhan peserta. Informasi yang diperoleh pada tahap ini menjadi dasar dalam menentukan materi pelatihan, metode pembelajaran, dan bentuk pendampingan yang akan diberikan kepada peserta.

Tahap kedua adalah persiapan program. Kegiatan pada tahap ini meliputi penyusunan materi workshop, pembuatan modul pelatihan, penyediaan perangkat pendukung, serta penentuan aplikasi desain grafis berbasis AI yang digunakan selama kegiatan berlangsung. Materi pelatihan difokuskan pada pengenalan kewirausahaan digital, strategi pemasaran melalui media sosial, penggunaan aplikasi desain berbasis AI, serta teknik pembuatan konten promosi digital yang menarik dan efektif. Selain itu, tim pengabdian juga menyiapkan instrumen evaluasi berupa lembar observasi, kuesioner, dan rubrik penilaian hasil desain peserta. Menurut (Taufik, Imansyah, Rayhan, & Jainab, 2024), persiapan modul berbasis praktik digital sangat diperlukan untuk meningkatkan kesiapan peserta dalam mengikuti pelatihan teknologi secara optimal. Persiapan yang matang bertujuan memastikan seluruh perangkat pembelajaran, media pelatihan, dan instrumen evaluasi telah tersedia sehingga proses workshop dapat berlangsung secara efektif.

Tahap ketiga merupakan pelaksanaan workshop yang dilakukan secara tatap muka menggunakan metode ceramah, demonstrasi, praktik langsung, dan diskusi interaktif. Pada sesi awal, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya kewirausahaan digital serta strategi pemasaran berbasis media sosial untuk meningkatkan daya saing usaha mikro. Selanjutnya peserta memperoleh pelatihan penggunaan aplikasi desain grafis berbasis AI untuk membuat poster promosi, desain media sosial, logo usaha, dan berbagai konten pemasaran digital lainnya. Pada tahap ini peserta tidak hanya mempelajari penggunaan aplikasi, tetapi juga menghasilkan produk berupa desain promosi yang disesuaikan dengan jenis usaha masing-masing. Luaran dari tahap pelaksanaan ini berupa poster promosi, konten media sosial, logo usaha, dan materi pemasaran digital yang siap digunakan sebagai media promosi.

Pada sesi praktik, peserta didampingi secara langsung oleh tim pengabdian dalam membuat desain promosi sesuai dengan jenis usaha masing-masing. Metode praktik langsung dipilih karena dinilai lebih efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap penggunaan teknologi digital secara aplikatif. (Putri, Rohani, & Rosmiati, 2025) menjelaskan bahwa metode praktik langsung pada pelatihan desain digital dapat meningkatkan kreativitas masyarakat sekaligus mempercepat kemampuan peserta dalam mengoperasikan aplikasi teknologi. Selain praktik individu, kegiatan workshop juga menerapkan pendekatan kolaboratif melalui diskusi dan berbagi pengalaman antar peserta. Pendekatan ini bertujuan membangun motivasi, rasa percaya diri, dan kemampuan komunikasi peserta dalam mengembangkan usaha berbasis digital. (Meli Apriliani & Unzzila, 2024) menyebutkan bahwa pembelajaran kolaboratif mampu meningkatkan partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan pelatihan berbasis teknologi serta memperkuat proses pembelajaran antar peserta. Pendampingan dilakukan secara individual maupun kelompok untuk memastikan setiap peserta mampu mengatasi kendala yang dihadapi selama proses implementasi. Selain memberikan umpan balik terhadap hasil desain peserta, tim pengabdian juga memberikan rekomendasi perbaikan agar konten promosi yang dihasilkan lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik produk yang dipasarkan.

Tahap terakhir adalah pendampingan dan evaluasi kegiatan. Setelah workshop selesai, tim pengabdian melakukan pendampingan kepada peserta dalam mengimplementasikan hasil pelatihan pada media sosial usaha masing-masing. Pendampingan dilakukan agar peserta mampu menerapkan keterampilan desain digital secara mandiri dan berkelanjutan dalam aktivitas pemasaran usaha.

Tahap evaluasi dilaksanakan setelah seluruh rangkaian workshop dan pendampingan selesai dilakukan. Evaluasi bertujuan mengukur tingkat ketercapaian tujuan kegiatan sekaligus mengetahui efektivitas solusi yang telah diterapkan dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta. Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta setelah mengikuti workshop. Metode evaluasi menggunakan *pre-test* dan *post-test* yang diberikan sebelum dan sesudah pelatihan. Instrumen evaluasi terdiri

atas 15 pertanyaan yang mencakup lima indikator penilaian, yaitu: (1) pemahaman digital marketing, (2) penggunaan aplikasi Artificial Intelligence (AI), (3) kemampuan membuat desain promosi digital, (4) pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, dan (5) kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital. Setiap indikator diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5, dengan skor 1 menunjukkan tingkat penguasaan paling rendah dan skor 5 menunjukkan tingkat penguasaan paling tinggi. Hasil pengukuran kemudian dianalisis secara deskriptif dengan mengonversi skor menjadi persentase untuk mengetahui tingkat peningkatan kompetensi peserta sebelum dan sesudah pelatihan. Persentase pencapaian setiap indikator dihitung menggunakan rumus sebagai berikut.

$$\text{Persentase} = \frac{\text{Skor diperoleh}}{\text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

Hasil analisis pre-test dan post-test digunakan untuk mengevaluasi efektivitas workshop dalam meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta, sekaligus menjadi dasar penyusunan rekomendasi untuk kegiatan pendampingan lanjutan sehingga keterampilan yang diperoleh dapat diterapkan secara berkelanjutan dalam pengembangan usaha peserta.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Penjelasan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk workshop penguatan kapasitas kewirausahaan digital melalui pelatihan desain grafis berbasis *Artificial Intelligence* (AI) menggunakan aplikasi Canva AI bagi Komunitas *Single Mother* Ukuwah. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha sehingga mampu menghasilkan media promosi yang lebih menarik, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan pemasaran di era digital. Pelaksanaan workshop tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi, tetapi juga menekankan praktik langsung agar peserta memperoleh pengalaman dalam mengoperasikan aplikasi desain grafis berbasis AI serta mampu menerapkannya pada usaha yang dijalankan.

Sebelum pelaksanaan workshop, tim pengabdian melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi kondisi mitra dan kebutuhan pelatihan. Hasil observasi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota Komunitas *Single Mother* Ukuwah masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital sebagai media promosi usaha. Dari 25 peserta yang mengikuti kegiatan, sebanyak 78% masih mengandalkan pemasaran secara konvensional melalui promosi dari mulut ke mulut maupun penjualan langsung di lingkungan sekitar. Selain itu, sekitar 72% peserta belum memahami pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses pembuatan media promosi, sedangkan 65% peserta belum pernah membuat desain promosi digital secara mandiri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital peserta masih berada pada tahap awal sehingga diperlukan metode pelatihan yang lebih menekankan praktik dibandingkan penyampaian teori. Hasil identifikasi kebutuhan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan materi, metode pembelajaran, serta strategi pendampingan yang diterapkan selama kegiatan berlangsung.

Sebagai bagian dari persiapan pelaksanaan, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pengurus komunitas mengenai jadwal kegiatan, peserta yang akan mengikuti workshop, serta kebutuhan sarana dan prasarana selama pelaksanaan pelatihan. Selain itu, tim juga mendistribusikan undangan kepada peserta dan menyiapkan daftar hadir sebagai bagian dari administrasi kegiatan. Tahap persiapan ini bertujuan memastikan seluruh peserta memperoleh informasi mengenai waktu, tempat, serta mekanisme pelaksanaan workshop sehingga kegiatan dapat berjalan secara tertib dan sesuai dengan rencana. Dokumentasi proses administrasi kegiatan ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Undangan Workshop dan Daftar Hadir Peserta

Berdasarkan Gambar 2, seluruh tahapan administrasi telah dilaksanakan sebelum kegiatan dimulai. Penyampaian undangan kepada peserta menjadi langkah awal untuk memastikan keterlibatan anggota komunitas dalam kegiatan, sedangkan daftar hadir digunakan sebagai bukti partisipasi peserta selama workshop berlangsung. Kelengkapan administrasi tersebut tidak hanya mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan, tetapi juga menjadi dasar dalam proses dokumentasi dan evaluasi tingkat kehadiran peserta. Tingginya tingkat kehadiran menunjukkan bahwa peserta memiliki minat yang besar untuk meningkatkan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai pendukung aktivitas usaha.

Setelah proses registrasi dan pembukaan kegiatan selesai dilaksanakan, workshop dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai konsep kewirausahaan digital, strategi pemasaran berbasis media sosial, serta pemanfaatan *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan media promosi. Materi disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan peserta sehingga pembahasan lebih difokuskan pada permasalahan yang dihadapi pelaku usaha mikro dalam mempromosikan produk. Selain memberikan pemahaman mengenai pentingnya transformasi digital, tim pengabdian juga menjelaskan bagaimana teknologi AI dapat dimanfaatkan untuk mempercepat proses pembuatan desain promosi tanpa mengurangi kualitas visual yang dihasilkan. Pendekatan tersebut memberikan gambaran kepada peserta bahwa teknologi AI bukan pengganti kreativitas manusia, melainkan alat yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dalam menghasilkan konten promosi.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan demonstrasi penggunaan aplikasi Canva AI sebagai media pembuatan desain promosi digital. Pada tahap ini, tim pengabdian memperlihatkan secara langsung tahapan penggunaan aplikasi, mulai dari pemilihan template, penyusunan konten promosi, pengaturan kombinasi warna, penggunaan elemen visual, hingga pemanfaatan fitur AI untuk menghasilkan desain yang lebih menarik. Suasana penyampaian materi dan demonstrasi penggunaan aplikasi ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi dan Demonstrasi Penggunaan Aplikasi Desain Grafis Berbasis Artificial Intelligence (AI)

Berdasarkan Gambar 3, proses pembelajaran berlangsung secara interaktif melalui kombinasi metode ceramah, demonstrasi, diskusi, dan tanya jawab. Peserta tidak hanya mendengarkan penjelasan dari narasumber, tetapi juga diberikan kesempatan untuk mengajukan pertanyaan serta berdiskusi mengenai penerapan teknologi AI pada usaha yang dijalankan. Interaksi yang terbangun selama proses pembelajaran menunjukkan bahwa metode demonstrasi mampu meningkatkan keterlibatan peserta dalam memahami materi yang diberikan. Pendekatan tersebut menjadi penting karena sebagian besar peserta belum memiliki pengalaman menggunakan aplikasi desain grafis sehingga memerlukan contoh penggunaan secara langsung sebelum memasuki tahap praktik.

Tahap berikutnya merupakan sesi praktik yang menjadi inti dari pelaksanaan workshop. Pada sesi ini, setiap peserta didampingi secara langsung oleh tim pengabdian untuk membuat desain promosi sesuai dengan jenis usaha yang dimiliki. Peserta mulai mempraktikkan penggunaan template, menyusun informasi produk, memilih kombinasi warna, menambahkan ilustrasi pendukung, serta memanfaatkan fitur AI untuk menghasilkan desain yang lebih menarik. Pendampingan dilakukan secara bertahap sehingga setiap peserta memperoleh kesempatan untuk memahami fungsi setiap fitur aplikasi dan mampu menyelesaikan desain secara mandiri. Pendekatan berbasis praktik dipilih karena memberikan pengalaman belajar yang lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara teoritis. Melalui praktik langsung, peserta tidak hanya memahami cara mengoperasikan aplikasi, tetapi juga mengetahui bagaimana memanfaatkan teknologi tersebut untuk mendukung aktivitas pemasaran usaha.

Hasil praktik menunjukkan bahwa sebagian besar peserta berhasil menghasilkan media promosi digital sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing. Sebelum mengikuti workshop, mayoritas peserta hanya menggunakan foto produk sederhana sebagai media promosi tanpa adanya pengolahan visual yang menarik. Setelah memperoleh pendampingan, peserta mampu menghasilkan poster promosi, konten media sosial, dan materi pemasaran digital yang memiliki tata letak lebih rapi, kombinasi warna yang sesuai, serta identitas visual yang lebih profesional. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi desain grafis berbasis AI mampu membantu pelaku usaha mikro menghasilkan media promosi secara lebih cepat dan efisien tanpa memerlukan kemampuan desain grafis yang kompleks.

Selain meningkatkan kemampuan teknis, kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap aspek sosial peserta. Selama workshop berlangsung, peserta aktif berdiskusi, bertukar pengalaman mengenai pengelolaan usaha, serta saling memberikan masukan terhadap hasil desain yang dibuat. Suasana belajar yang kolaboratif menciptakan lingkungan yang mendorong peserta untuk lebih percaya diri dalam mencoba teknologi baru. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses pemberdayaan tidak hanya menghasilkan peningkatan keterampilan individu, tetapi juga memperkuat interaksi sosial antaranggota komunitas sehingga terbentuk budaya belajar bersama yang dapat mendukung pengembangan usaha secara berkelanjutan.

Dari aspek ekonomi, keterampilan membuat desain promosi secara mandiri memberikan manfaat yang nyata bagi peserta. Sebelum mengikuti workshop, sebagian besar peserta masih bergantung pada jasa desain atau menggunakan media promosi yang sederhana sehingga daya tarik produk relatif terbatas. Setelah mengikuti pelatihan, peserta mampu menghasilkan konten promosi sendiri dengan biaya yang lebih rendah karena memanfaatkan aplikasi berbasis AI. Beberapa peserta bahkan mulai menerapkan hasil desain yang dibuat selama workshop pada akun media sosial usaha mereka. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi AI tidak hanya meningkatkan kualitas media promosi, tetapi juga memberikan efisiensi biaya serta membuka peluang untuk memperluas jangkauan pemasaran melalui platform digital.

Secara umum, pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan yang mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan mampu meningkatkan partisipasi peserta selama proses pembelajaran. Solusi yang ditawarkan melalui pemanfaatan aplikasi desain grafis berbasis *Artificial Intelligence* (AI) terbukti sesuai dengan kebutuhan mitra karena mampu menjawab permasalahan rendahnya literasi digital dan keterbatasan kemampuan dalam membuat media promosi digital. Keberhasilan pelaksanaan workshop tidak hanya ditunjukkan oleh tingginya keterlibatan peserta selama kegiatan, tetapi juga oleh kemampuan peserta dalam menghasilkan desain promosi yang siap digunakan untuk mendukung aktivitas usaha. Hasil pelaksanaan tersebut kemudian dievaluasi lebih lanjut melalui pengukuran tingkat pemahaman peserta menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* yang disajikan pada Subbab 3.2 Tingkat Pemahaman tentang Kegiatan yang Berlangsung.

3.2 Tingkat Pemahaman Tentang Kegiatan yang Berlangsung

Tingkat pemahaman peserta terhadap kegiatan pengabdian diukur menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif melalui pelaksanaan *pre-test*, *post-test*, observasi, wawancara, serta evaluasi hasil praktik selama workshop berlangsung. Pengukuran ini bertujuan untuk mengetahui tingkat ketercapaian tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta melalui penguasaan konsep *digital marketing*, pemanfaatan aplikasi *Artificial Intelligence* (AI), kemampuan membuat desain promosi digital, pemanfaatan media

sosial sebagai sarana pemasaran, serta peningkatan kepercayaan diri dalam mengadopsi teknologi digital. Selain memberikan gambaran mengenai peningkatan pengetahuan, hasil evaluasi juga menunjukkan sejauh mana metode workshop mampu membantu peserta menerapkan keterampilan yang diperoleh pada aktivitas usaha yang dijalankan.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pada seluruh indikator yang diukur setelah peserta mengikuti rangkaian workshop. Perbandingan hasil pre-test dan post-test disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Tingkat Pemaham

Indikator	Pre %	Post %	Peningkatan %
Digital Marketing	40	85	45
Penggunaan AI	25	82	57
Desain Promosi	30	88	58
Media Sosial	45	90	
Kepercayaan diri	38	87	49

Berdasarkan Tabel 1, seluruh indikator mengalami peningkatan yang menunjukkan bahwa workshop memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta. Kemampuan membuat desain promosi digital menjadi indikator dengan peningkatan tertinggi, yaitu sebesar 58 poin persentase, dari 30% sebelum pelatihan menjadi 88% setelah pelatihan. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pendekatan pembelajaran berbasis praktik memberikan pengalaman langsung kepada peserta dalam menghasilkan media promosi yang sesuai dengan kebutuhan usaha masing-masing. Sebagian besar peserta yang sebelumnya belum pernah menggunakan aplikasi desain digital mampu membuat poster promosi secara mandiri setelah memperoleh pendampingan selama workshop. Peningkatan ini memperlihatkan bahwa penggunaan aplikasi desain grafis berbasis AI dapat menjadi solusi yang efektif untuk membantu pelaku usaha mikro menghasilkan konten promosi yang lebih menarik tanpa memerlukan kemampuan desain profesional.

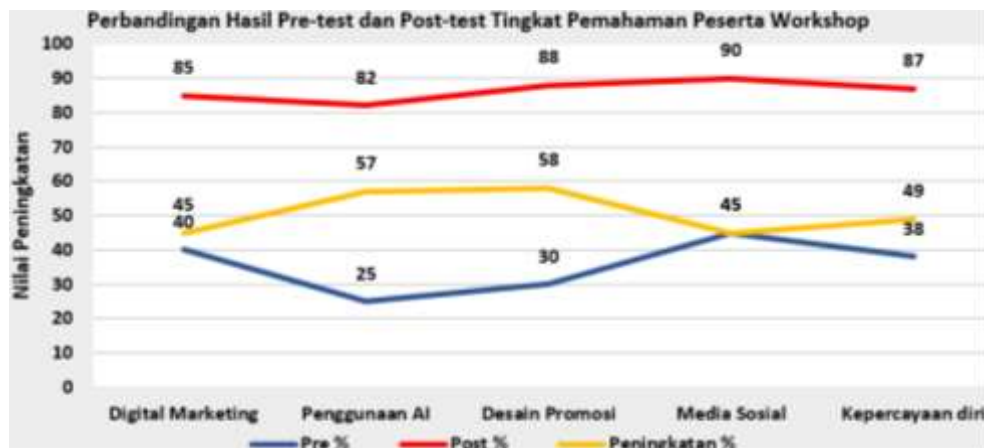
Peningkatan yang tinggi juga terlihat pada indikator penggunaan aplikasi *Artificial Intelligence* (AI), yaitu sebesar 57 poin persentase, dari 25% menjadi 82%. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta belum mengenal fungsi AI dalam mendukung proses pembuatan media promosi. Setelah mengikuti demonstrasi dan praktik langsung, peserta mulai memahami bahwa AI dapat dimanfaatkan untuk mempercepat proses pembuatan desain, memberikan rekomendasi tata letak, memilih kombinasi warna, serta menghasilkan konten visual yang lebih menarik. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa teknologi AI dapat diterima dengan baik oleh peserta ketika diperkenalkan melalui metode pembelajaran yang sederhana, aplikatif, dan sesuai dengan kebutuhan usaha yang mereka jalankan.

Pada indikator pemahaman mengenai *digital marketing*, terjadi peningkatan dari 40% menjadi 85%, atau meningkat sebesar 45 poin persentase. Hasil ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya memperoleh keterampilan dalam menggunakan aplikasi desain grafis, tetapi juga memahami pentingnya strategi pemasaran digital dalam meningkatkan daya saing usaha. Sebelum mengikuti workshop, sebagian besar peserta masih mengandalkan promosi secara konvensional melalui jaringan pertemanan atau penjualan langsung. Setelah memperoleh materi mengenai pemasaran digital, peserta mulai memahami bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi dengan konsumen, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan visibilitas produk secara lebih efektif.

Indikator pemanfaatan media sosial juga mengalami peningkatan dari 45% menjadi 90%, dengan kenaikan sebesar 45 poin persentase. Walaupun menjadi indikator dengan peningkatan yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya, hasil tersebut tetap menunjukkan perubahan yang signifikan. Kondisi ini dapat dipahami karena sebagian peserta telah menggunakan media sosial sebelum mengikuti workshop, namun penggunaannya masih terbatas sebagai sarana komunikasi dan belum dimanfaatkan secara optimal untuk kegiatan pemasaran. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya konsistensi dalam mengunggah konten promosi, penggunaan desain visual yang menarik, serta penyusunan informasi produk yang lebih komunikatif agar mampu meningkatkan minat calon konsumen.

Peningkatan juga terjadi pada aspek kepercayaan diri yang meningkat dari 38% menjadi 87%, atau bertambah sebesar 49 poin persentase. Perubahan ini menunjukkan bahwa workshop tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga membangun keyakinan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung usaha. Selama sesi praktik, peserta diberi kesempatan untuk menyelesaikan desain promosi secara mandiri dan mempresentasikan hasil pekerjaannya di hadapan peserta lain. Pengalaman tersebut memberikan dorongan psikologis yang positif sehingga peserta menjadi lebih yakin untuk mencoba teknologi baru tanpa merasa khawatir melakukan kesalahan. Peningkatan kepercayaan diri ini menjadi salah satu indikator penting karena keberhasilan adopsi teknologi tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan teknis, tetapi juga oleh kesiapan individu dalam menerima perubahan. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai perubahan tingkat pemahaman peserta, hasil *pre-test* dan *post-test* pada setiap indikator juga disajikan dalam bentuk grafik. Penyajian data secara visual memudahkan pembaca dalam membandingkan kondisi peserta

sebelum dan sesudah mengikuti workshop sehingga pola peningkatan pada masing-masing indikator dapat diamati secara lebih komprehensif. Perbandingan tersebut disajikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Perbandingan Hasil Pre-test, Post-test, dan Peningkatan Pemahaman Peserta pada Setiap Indikator

Berdasarkan **Gambar 4**, terlihat adanya peningkatan yang konsisten pada seluruh indikator yang dievaluasi. Selisih antara nilai *pre-test* dan *post-test* menunjukkan bahwa metode pembelajaran yang mengombinasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan memberikan hasil yang efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Peningkatan paling menonjol terlihat pada indikator kemampuan membuat desain promosi dan penggunaan aplikasi AI. Hal ini menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis praktik lebih mudah dipahami karena peserta memperoleh kesempatan untuk mencoba secara langsung setiap tahapan yang dijelaskan oleh fasilitator. Selain itu, peningkatan pada indikator *digital marketing*, pemanfaatan media sosial, dan kepercayaan diri memperlihatkan bahwa peserta tidak hanya menguasai aspek teknis, tetapi juga mulai memahami strategi pemanfaatan teknologi digital sebagai bagian dari pengembangan usaha.

Jika dibandingkan dengan kondisi sebelum kegiatan berlangsung, perubahan yang terjadi pada peserta terlihat cukup signifikan. Sebelum mengikuti workshop, sebagian besar peserta masih menggunakan metode promosi konvensional, belum mengenal pemanfaatan AI, dan belum mampu menghasilkan desain promosi digital secara mandiri. Setelah mengikuti seluruh rangkaian kegiatan, peserta mulai mampu membuat media promosi yang lebih menarik, memanfaatkan AI sebagai alat bantu dalam proses desain, serta memahami pentingnya media sosial sebagai sarana pemasaran. Perubahan tersebut menunjukkan bahwa workshop tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga menghasilkan perubahan perilaku dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung aktivitas usaha.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa tujuan kegiatan pengabdian telah tercapai dengan baik. Pendekatan workshop yang mengintegrasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, diskusi, dan pendampingan terbukti mampu meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta secara menyeluruh. Peningkatan yang terjadi pada seluruh indikator menunjukkan bahwa peserta telah memiliki pemahaman yang lebih baik mengenai pemasaran digital, mampu memanfaatkan aplikasi *Artificial Intelligence* (AI) dalam pembuatan media promosi, serta memiliki kepercayaan diri yang lebih tinggi untuk mengimplementasikan keterampilan tersebut pada usaha yang dijalankan. Temuan ini memperlihatkan bahwa pelatihan berbasis praktik merupakan pendekatan yang efektif dalam mendukung pemberdayaan masyarakat, khususnya bagi komunitas *single mother* yang sedang mengembangkan usaha mikro di tengah perkembangan teknologi digital.

3.3 Perbandingan Hasil Kegiatan dengan Pengabdian Terdahulu

Hasil kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan workshop berbasis praktik yang dipadukan dengan pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) mampu meningkatkan kapasitas kewirausahaan digital peserta secara lebih komprehensif. Peningkatan tidak hanya terlihat pada aspek pengetahuan mengenai pemasaran digital, tetapi juga pada kemampuan peserta dalam menghasilkan media promosi digital secara mandiri, memanfaatkan teknologi AI, serta meningkatkan kepercayaan diri untuk mengimplementasikan keterampilan tersebut dalam aktivitas usaha. Temuan ini menunjukkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat menjadi lebih efektif ketika materi pelatihan disesuaikan dengan kebutuhan nyata mitra dan dilaksanakan melalui pembelajaran yang menekankan pengalaman langsung.

Hasil tersebut sejalan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Nurhidayah (2023) yang menyatakan bahwa pelatihan berbasis praktik memberikan pengaruh positif terhadap peningkatan keterampilan digital masyarakat karena peserta memperoleh kesempatan untuk mempelajari dan menerapkan materi secara

langsung. Persamaan dengan kegiatan ini terletak pada penggunaan metode pembelajaran yang berorientasi pada praktik sehingga peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu menghasilkan luaran yang dapat dimanfaatkan dalam aktivitas sehari-hari. Namun demikian, kegiatan yang dilakukan pada penelitian ini memiliki ruang lingkup yang lebih spesifik karena memfokuskan pelatihan pada pemanfaatan aplikasi desain grafis berbasis *Artificial Intelligence* (AI) sebagai media promosi usaha mikro.

Hasil kegiatan ini juga memperkuat temuan Prakoso dan Setiadi (2026) yang menjelaskan bahwa pendampingan setelah pelatihan berperan penting dalam meningkatkan keberhasilan implementasi teknologi pada masyarakat. Pada kegiatan pengabdian ini, pendampingan tidak hanya dilakukan selama sesi praktik berlangsung, tetapi juga diarahkan pada penerapan hasil desain promosi ke media sosial usaha masing-masing peserta. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh pada kondisi nyata sehingga proses pembelajaran tidak berhenti pada saat workshop selesai dilaksanakan.

Jika dibandingkan dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Taufik et al. (2024), pelatihan yang dilaksanakan memiliki kesamaan dalam upaya meningkatkan literasi digital masyarakat melalui penggunaan teknologi. Perbedaannya terletak pada penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* sebagai alat bantu dalam proses pembuatan desain promosi. Integrasi AI memungkinkan peserta menghasilkan konten visual dengan waktu yang lebih singkat, tampilan yang lebih menarik, serta kualitas yang lebih konsisten. Kondisi tersebut memberikan alternatif yang lebih efisien bagi pelaku usaha mikro yang memiliki keterbatasan kemampuan desain grafis maupun sumber daya untuk menggunakan jasa desain profesional.

Kontribusi utama kegiatan pengabdian ini terletak pada penerapan teknologi AI sebagai sarana pemberdayaan ekonomi bagi komunitas *single mother*. Berbeda dengan sebagian besar program pelatihan kewirausahaan digital yang masih berfokus pada pengenalan media sosial atau pemasaran digital secara umum, kegiatan ini mengintegrasikan peningkatan literasi digital dengan keterampilan praktis dalam menghasilkan media promosi berbasis AI yang dapat langsung diterapkan pada usaha peserta. Pendekatan tersebut memberikan manfaat yang lebih aplikatif karena peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga menghasilkan luaran berupa desain promosi digital yang siap digunakan untuk mendukung aktivitas pemasaran.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi *Artificial Intelligence* dalam program pengabdian masyarakat memberikan nilai tambah terhadap proses pemberdayaan pelaku usaha mikro, khususnya bagi komunitas *single mother*. Peningkatan kemampuan digital yang diikuti dengan meningkatnya kepercayaan diri peserta menjadi indikator bahwa workshop tidak hanya menghasilkan perubahan pada aspek pengetahuan, tetapi juga mendorong perubahan perilaku dalam memanfaatkan teknologi sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa pelatihan berbasis praktik dengan dukungan teknologi AI dapat menjadi salah satu model pengabdian masyarakat yang relevan untuk diterapkan pada komunitas usaha mikro lainnya yang menghadapi tantangan serupa dalam proses transformasi digital.

Untuk memperjelas posisi dan kontribusi kegiatan pengabdian ini dibandingkan dengan beberapa kegiatan pengabdian terdahulu, ringkasan perbandingan hasil disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbandingan Hasil Kegiatan Pengabdian dengan Pengabdian Terdahulu

Penulis	Pokus Kegiatan	Hasil Kegiatan	Kontribusi Kegiatan ini
Nurhidayah (2023)	Pelatihan literasi digital bagi masyarakat	Meningkatkan keterampilan digital peserta melalui pembelajaran berbasis praktik	Mengembangkan literasi digital dengan integrasi desain grafis berbasis AI sebagai media promosi usaha.
rakoso & Setiadi (2026)	Pendampingan implementasi teknologi digital pada UMKM	Pendampingan meningkatkan kemampuan peserta dalam menerapkan teknologi pada aktivitas usaha	Pendampingan tidak hanya berfokus pada penggunaan teknologi, tetapi juga implementasi hasil desain promosi pada media sosial usaha peserta.
Taufik et al. (2024)	Pelatihan pemasaran digital	Meningkatkan pemanfaatan media sosial dalam promosi produk	Menambahkan pemanfaatan AI untuk menghasilkan konten promosi yang lebih cepat, menarik, dan sesuai kebutuhan usaha mikro.
Kegiatan Pengabdian Ini	Workshop desain grafis berbasis AI bagi komunitas <i>single mothe</i>	Terjadi peningkatan pada lima indikator, yaitu <i>digital marketing</i> , penggunaan AI, kemampuan desain promosi, pemanfaatan media sosial, dan kepercayaan diri	Mengintegrasikan literasi digital, pemanfaatan AI, praktik desain grafis, pendampingan implementasi, serta evaluasi berbasis <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> dalam satu model pemberdayaan masyarakat

Berdasarkan Tabel 2, kegiatan pengabdian ini memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan beberapa kegiatan sebelumnya karena tidak hanya berfokus pada peningkatan literasi digital atau pemanfaatan media sosial, tetapi juga mengintegrasikan penggunaan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) dalam proses pembuatan media promosi digital yang langsung diterapkan pada usaha peserta. Pendekatan tersebut memberikan nilai tambah karena menghasilkan peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri peserta secara bersamaan. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan model pemberdayaan masyarakat yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi digital, khususnya dalam mendukung peningkatan kapasitas kewirausahaan komunitas *single mother*

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui workshop desain grafis berbasis *Artificial Intelligence* (AI) bagi Komunitas *Single Mother* Ukhuwah menunjukkan bahwa penguatan kapasitas kewirausahaan digital dapat dilakukan secara efektif melalui pendekatan pelatihan yang mengintegrasikan penyampaian materi, demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan. Pendekatan tersebut tidak hanya memperkuat kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana promosi usaha, tetapi juga mendorong perubahan cara pandang peserta terhadap pentingnya inovasi digital dalam pengembangan usaha mikro. Kemampuan peserta dalam menghasilkan media promosi secara mandiri menjadi indikator bahwa pemanfaatan teknologi AI dapat diterapkan oleh masyarakat dengan latar belakang literasi digital yang beragam apabila didukung oleh metode pembelajaran yang partisipatif dan aplikatif. Kontribusi utama kegiatan ini terletak pada penerapan model pemberdayaan yang mengintegrasikan literasi digital, penggunaan aplikasi desain grafis berbasis AI, dan pendampingan implementasi sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga mampu menghasilkan luaran yang dapat langsung dimanfaatkan dalam kegiatan usahanya. Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan masih memiliki keterbatasan, antara lain jumlah peserta yang terbatas pada satu komunitas, waktu pendampingan yang relatif singkat, serta perbedaan kemampuan awal peserta dalam mengoperasikan perangkat digital yang menyebabkan kebutuhan pendampingan tidak sama pada setiap individu. Selain itu, evaluasi kegiatan masih berfokus pada pengukuran hasil jangka pendek sehingga belum dapat menggambarkan keberlanjutan penerapan keterampilan maupun dampaknya terhadap peningkatan kinerja usaha peserta dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu dikembangkan melalui pendampingan yang lebih berkelanjutan, perluasan sasaran kepada komunitas usaha lainnya, serta penambahan evaluasi lanjutan yang mengukur perubahan produktivitas usaha, kualitas pemasaran digital, dan peningkatan pendapatan setelah implementasi teknologi AI. Dengan demikian, model pengabdian yang diterapkan dalam kegiatan ini berpotensi menjadi alternatif pemberdayaan masyarakat yang adaptif terhadap perkembangan teknologi digital sekaligus mendukung penguatan kemandirian ekonomi perempuan melalui pemanfaatan inovasi berbasis *Artificial Intelligence*.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. P., & Ismaya, B. (2026). Pemanfaatan Teknologi Tepat Guna Untuk Mendukung Produktivitas Usaha Mikro Masyarakat. *Sabajaya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10-21. Retrieved From <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm/article/view/734>
- Asrini, N., Putu, A. T., Ayundha, D., & Veranita, M. (2024). Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. *Jurnal Pendidikan, Humaniora, Linguistik Dan Sosial (Jagadhit)*, 40-53.
- Budiarti, L., Pertiwi, A. H., Khoerunnisa, G. P., Permata, A. D., & Al-Lust, I. D. (2025). Peningkatan Daya Saing Ukm Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Kecerdasan Buatan. *Budimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, -. Doi:<https://doi.org/10.29040/Budimas.V7i1.16728>
- Endra, R. Y., Redaputri, A. P., Dunan, H., Aprinisa, A., Syahputra, M. B., & Handayani, A. (2024). Pelatihan Design Dengan Canva Untuk Ukm Sebagai Sarana Promosi Produk Di Desa Ganjar Asri Metro. *Jurnal Pengabdian Ukm*, 32-38.
- Indah, I., Amanda, N., Dia, U., Alba, A., & Alim, B. (2025). Qris Dan E-Wallet Sebagai Solusi Pembayaran Digital Di Ukm: Studi Empiris Di Kecamatan Merawang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 198-206. Doi:<https://doi.org/10.26623/jreb.V18i2.12787>
- Karimah., A., Rinonce, P., & Syahrini. (2025). Strategi Pemasaran Konten Dalam Meningkatkan Interaksi Konsumen Di Media Sosial. *Ekonomika*, 124-199. Doi:<https://doi.org/10.37373/Ejm.V1i2.1827>
- Kisti, K. N., Rudianto, A. H., Palupi, R. D., Ramadhani, A. M., Kembaren, A. V., & Nabilah, N. (2025). Menembus Batas Gender Di Era Teknologi Menuju Perempuan Sebagai Pilar Perekonomian Modern. *Jurnal Penelitian Nusantara*, 59-64. Doi:<https://doi.org/10.59435/Menulis.V1i4.216>
- Kurnilia, R. E., Triamita, V. Y., Atika, L. N., Pramesti, A. P., Zuhri, S., Shobari, M. K., Aditya, T. (2024). Konten Kreatif Yang Menarik Secara Visual Dan Emosional Sebagai Upaya Meningkatkan Engagement Dan Loyalitas Pelanggan Oishi Chicken Fillet. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 693-697. Doi:<https://doi.org/10.30762/Welfare.V2i4.1744>
- Mahadipta, N. G., Pratama, G. Y., & Prasiani, N. K. (2024). Strategi Peningkatan Kapasitas Usaha Pada Pelaku Ekonomi Melalui Digital Marketing. *Journal Of Management And Digital Business*, 454-475.

- Maulana, A., Nuriarti, S., Iman, H., Jannah, M., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Faktor-Faktor Ekonomi Terhadap Preferensi Pekerjaan Mahasiswa. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Akuntansi*, 167-181. Doi:<https://doi.org/10.54066/jrea-ltb.V1i2.282>
- Meli Apriliani, S. A., & Unzzila, U. (2024). Peningkatan Partisipasi Aktif Siswa Dalam Pembelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Melalui Model Pembelajaran Kolaboratif Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 1-9. Doi:<https://doi.org/10.47134/Pgsd.V1i3.493>
- Mubiarto, A. N., Utami, T., Sevtiandary, R., & Handayani, L. E. (2025). Peningkatan Pengembangan Umkm Mahasiswa Stia Bengkulu Di Era Digitalisasi. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 39-46. Doi:<https://doi.org/10.56135/Jsm.V4i1.211>
- Nur, N., Usman., Ilyas, Samsudin., & Sudeska, E. (2026). Penerapan desain grafis Untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual Penjualan Umkm Warung Makuwo. *Jurnal pengabdian masyarakat (Abdimas)*, 99-103. Retrieved From <https://jurnal.nawansa.com/index.php/abdimas/article/view/1026>
- Nurhidayah, A. E. (2023). Pemberdayaan Guru Madrasah Melalui Pelatihan Metode Pembelajaran Kreatif Berbasis Digital Di Sma Muhammadiyah Bayuresmi Garu. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 238-249. Doi:<https://doi.org/10.55182/jpm.V3i6.523>
- Nursalim, M. F., Anshori, M. I., Setiyarini, T., & Maksum, M. (2024). Pengembangan Keterampilan Wirausaha Perempuan Dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan Di Pantai Lon Malang. *Jurnal Manajemen Stratejik Dan Simulasi Bisnis*, 95-116. Doi:<https://doi.org/10.25077/Mssb.5.1.95-116.2024>
- Prakoso, S., & Setiadi, S. (2026). Penguatan Kompetensi Pemasaran Pelaku Umkm Kecamatan Citamiang Melalui Edukasi Dan Pendampingan Bisnis Berkelanjutan. *Harupat: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*, 104-112. Doi:<https://doi.org/10.61492/Harupat.V2i1.91>
- Promalussy, R., & Pratiwi, D. (2026). Pemanfaatan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Digital Marketing Dan Peranannya Terhadap Kinerja Pemasaran Umkm Mikro Food And Beverage Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Media Akademik (Jma)*, 1-64. Doi:<https://doi.org/10.62281/0hf65j66>
- Putri, M. D., Rohani, A. P., & Rosmiati, T. (2025). Pelatihan Desain Grafis Canva Sebagai Strategi Meningkatkan Kreativitas Anak-Anak Di Desa Kawungluwuk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 5879-5886. Doi:<https://doi.org/10.59837/jpm.V2i12.2097>
- Rani, P., & Wahyuni, E. S. (2023). Disclosure Of Carbon Emissions, Covid-19, Green Innovations, Financial Performance, And Firm Value. *Wahyuni, Endah Sri*, 1-16. Doi:<https://doi.org/10.9744/Jak.25.1.1-16>
- Salim, S., Lubis, N. A., Rifki, M. I., Gibran, M. K., Saleh, A., Lubis, M. A., & Nursiah, N. (2026). Pemberdayaan Usaha Mikro Melalui Pelatihan Produksi Lilin Aromaterapi, Pemasaran Digital, Dan Manajemen Keuangan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 421-434. Doi:<https://doi.org/10.70340/Japamas.V5i1.529>
- Susilowati, F. D., Ridlwan, A. A., Fikriyah, K., Timur, Y. P., & Wijaya, M. W. (2026). Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Branding Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Daya Saing Ekonomi Lokal: Studi Kasus Pkk Wiyung, Surabaya. *Proficio*, 719-727. Doi:<https://doi.org/10.36728/Jpf.V7i1.5841>
- Taufik, T., Imansyah, M. N., Rayhan, M., & Jainab, U. (2024). Pelatihan Pembuatan Bahan Ajar Berbasis Digital Dalam Mendukung Implementasi Kurikulum Merdeka Belajar. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 700-710. Doi:<https://doi.org/10.37478/Abdika.V4i4.4747>
- Wahanani, H. E., Swasti, I. K., Sholihatin, E., Affro, S., & Arimawan, K. S. (2025). Pemberdayaan Perempuan Wirausaha Berbasis Inovasi Dan Teknologi Digital Untuk Penguatan Ekonomi Lokal Di Desa Jabung, Kecamatan Panekan, Kabupaten Magetan, Jawa Timur. *Jurnal Pepadu*, 632-636. Doi:<https://doi.org/10.29303/Pepadu.V6i3.8197>
- Wibawa, F. A., Rolia, E., Sutanto, A., Mellury, D., Wibowo, D. W., Meidawati, D. A., Ferdiyansyah, I. (2026). Pemberdayaan Ekonomi Melalui Kewirausahaan Berbasis Pertanian Dalam Mendorong Kemandirian Dan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 19033-29040. Doi:<https://doi.org/10.31004/Jerkin.V4i3.5224>