

Artificial Intelligence for MSMEs in Product Display of Typical Jakarta Food

Chairul Hakim¹, Fery Hernaningsih^{2*}, Albert Yansen³

^{1,2,3} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

Correspondence author: Fery Hernaningsih, feryherna@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.37012/jpkmht.v7i1.2473>

Abstract

Artificial Intelligence (AI) is a technology that enables machines to mimic human intelligence, such as recognizing patterns, making decisions, and predicting specific outcomes. In the context of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), AI serves as a highly potential tool to help businesses adapt to the digital era. AI can be applied in various business aspects, ranging from marketing and inventory management to customer service. This technology not only enhances operational efficiency but also provides opportunities to understand customer needs more deeply through data analysis. For instance, an MSME producing Betawi traditional foods, such as cassava chips and Betawi-style nasi kuning serundeng, has utilized AI-based applications to edit product images automatically. This technology enables background removal, the addition of decorative elements, and lighting adjustments in just a few simple steps. As a result, product photos become more appealing, increasing visual attractiveness on e-commerce platforms and social media, which directly impacts sales growth. The approach in this activity involves four stages: (1) conducting surveys and interviews with MSME owners in the SKIES Indonesia community to identify their main challenges, (2) introducing the technology to MSME partners, (3) providing classical guidance through discussions, hands-on practices, and AI technology demonstrations, and (4) evaluating through Forum Group Discussions (FGD), questionnaires, and assessment forms. The outcomes of this community service indicate that MSME actors can understand the use of AI technology to improve the visual presentation of Betawi-style snacks and rice dishes. The application of AI contributes to creating innovative, attractive, and competitive packaging while fostering high and sustainable creativity.

Keywords: Artificial Intelligence, MSMEs, Marketing

Abstrak

Artificial Intelligence (AI) merupakan teknologi yang memungkinkan mesin untuk meniru kecerdasan manusia, seperti mengenali pola, mengambil keputusan, dan memprediksi hasil tertentu. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), AI menjadi alat yang sangat potensial untuk membantu pelaku usaha beradaptasi dengan era digital. AI dapat diterapkan dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari pemasaran, pengelolaan inventaris, hingga layanan pelanggan. Teknologi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga membuka peluang untuk memahami kebutuhan pelanggan secara lebih mendalam melalui analisis data. Sebagai contoh, sebuah UMKM yang memproduksi makanan khas Betawi, seperti keripik singkong dan nasi kuning serundeng Betawi, telah memanfaatkan aplikasi berbasis AI untuk mengedit gambar produk secara otomatis. Teknologi ini memungkinkan penghapusan latar belakang, penambahan elemen dekoratif, serta pengaturan pencahayaan hanya dalam beberapa langkah sederhana. Hasilnya, foto produk menjadi lebih menarik dan meningkatkan daya tarik visual di platform e-commerce dan media sosial, yang secara langsung berdampak pada peningkatan penjualan. Pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan ini meliputi empat tahap: (1) survei dan wawancara terhadap pemilik UMKM dalam komunitas SKIES Indonesia untuk mengidentifikasi permasalahan utama, (2) sosialisasi teknologi kepada mitra UMKM, (3) bimbingan klasikal melalui diskusi, praktik, dan demonstrasi teknologi AI, serta (4) evaluasi melalui Forum Group Discussion (FGD), pemberian kuisioner, dan lembar evaluasi. Hasil

dari pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mampu memahami penggunaan teknologi AI untuk meningkatkan kualitas tampilan produk makanan khas Jakarta. Penerapan AI membantu menciptakan kemasan yang inovatif, menarik, dan kompetitif, sekaligus mendorong kreativitas yang tinggi dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Artificial Intelligence, UMKM, Pemasaran

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat besar dalam menunjang perekonomian suatu bangsa. Keberadaan UMKM diharapkan dapat membantu perkembangan ekonomi nasional dan mencapai kesejahteraan finansial masyarakat. UMKM memiliki potensi untuk menggerakkan perekonomian daerah, menciptakan lapangan kerja, serta memperkaya keberagaman produk (Srijani, 2020).

Penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam display produk makanan khas Jakarta merupakan langkah inovatif yang memanfaatkan teknologi pengolahan gambar untuk menghasilkan foto produk yang lebih profesional. Mitra dalam kegiatan ini adalah anggota SKIES Kramat Jati, Jakarta Timur. Namun, mitra menghadapi beberapa permasalahan, antara lain: 1. Rendahnya pengetahuan UMKM dalam meningkatkan kualitas display produk makanan. 2. Minimnya pelatihan untuk mengoptimalkan tampilan display produk makanan di kalangan UMKM.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menawarkan solusi melalui dua pendekatan utama. Pertama, bimbingan klasikal yang memberikan pengetahuan tentang teknologi AI dan cara menggunakan tools AI. Kedua, praktik dan demonstrasi langsung dalam pembuatan display produk, seperti snack khas Jakarta dan makanan olahan nasi, contohnya nasi kuning serundeng.

Secara umum, tujuan dari kegiatan ini adalah agar pelaku UMKM memiliki pengetahuan tentang teknologi AI dan mampu mengimplementasikannya dalam usaha mereka. Dengan demikian, mereka dapat menciptakan display produk yang inovatif dan menarik, sehingga memiliki daya jual tinggi serta daya saing yang mampu bersaing di pasar lokal maupun internasional.

Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk membahas lebih dalam mengenai penggunaan media sosial dalam pemasaran rumah sakit di Indonesia, serta tantangan dan peluang yang dihadapi oleh institusi kesehatan dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif dan bertanggung jawab.

METODE PELAKSANAAN

A. Survei dan Wawancara

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan kunjungan langsung ke lokasi produksi dan wawancara dengan pemilik UMKM yang tergabung dalam komunitas SKIES Indonesia. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang mereka hadapi. Data yang diperoleh dari survei dan wawancara akan dianalisis secara mendalam untuk memastikan solusi yang tepat dan relevan bagi mitra UMKM.

B. Sosialisasi

Tahap berikutnya adalah sosialisasi kepada mitra UMKM. Dalam tahap ini, disampaikan penjelasan mengenai latar belakang, tujuan, dan manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat. Sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman awal kepada peserta tentang pentingnya teknologi AI dalam meningkatkan kualitas display produk mereka.

C. Pemberian Materi, Diskusi, Praktik, dan Demonstrasi

Pada tahap ini, kegiatan dilaksanakan dengan metode bimbingan klasikal, diskusi, praktik langsung, dan demonstrasi penggunaan teknologi AI. Tempat pelaksanaan pengabdian adalah di Madrasah Aliyah (MA) Muhammaduddarain Jl. Bintara Jaya No. 9, RT011/RW007, Bintara, Kecamatan Bekasi Barat. Peserta kegiatan terdiri dari anggota komunitas SKIES Kramat Jati, Jakarta Timur, serta guru dan siswa Madrasah Aliyah (MA) Muhammaduddarain. Fokus kegiatan adalah pada pengenalan teknologi AI untuk meningkatkan tampilan produk UMKM secara lebih profesional dan menarik.

D. Evaluasi Akhir

Tahapan terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan melalui Forum Group Discussion (FGD), pengisian kuesioner, dan lembar evaluasi. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur pemahaman dan dampak kegiatan terhadap kemampuan peserta dalam menerapkan teknologi AI pada usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pengabdian masyarakat di MA Muhammaduddarain bahwa pelaku UMKM anggota SKIES Kramat Jati, Jakarta Timur, Guru-guru dan Murid-murid Madrasah Aliyah (MA) Muhammaduddarain terinspirasi membuat rencana display produk yang menarik, inovatif dan mempunyai daya saing tinggi dengan menggunakan teknologi AI (Artificial

Intelegence).

Berikut display produk yang kami bagikan kepada para peserta yang dapat menikmati snack khas Betawi keripik singkong dan makanan khas Betawi nasi kuning serundeng.



Gambar 1. Display Produk Snack Betawi



Gambar 2. Display Produk Makanan Betawi

Gambar 1 adalah inovasi display produk snack betawi yaitu keripik singkong, kembang goyang, rengginang dan emping, Gambar 2 adalah inovasi display produk makanan nasi kuning serundeng yang dikemas dengan menarik, inovatif dan berbeda dengan kemasan produk pesaing menjadi ciri khas dari produk snack dan makanan betawi.

Menggabungkan desain kreatif dan teknologi canggih, penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam display produk dapat menciptakan pengalaman unik bagi pelanggan. Berikut langkah-langkah dan ide untuk mewujudkannya:

1. Gunakan AI untuk Desain Visual

- a. Personalisasi Display, memanfaatkan generative AI seperti DALL·E untuk menciptakan visual yang unik sesuai dengan tema produk atau audiens target. Visual ini dapat mencerminkan identitas merek sekaligus menarik perhatian pelanggan. Canva AI: template yang otomatis menyesuaikan dengan kebutuhan, seperti presentasi, media sosial, atau materi pemasaran. Otomatis menghapus latar belakang gambar, sehingga memudahkan dalam pembuatan desain produk, logo, atau materi pemasaran. Kualitas gambar dengan menyesuaikan pencahayaan, kontras, dan ketajaman.
- b. Simulasi Desain, gunakan AI untuk mensimulasikan berbagai opsi tata letak display di toko atau pameran sebelum implementasi fisik. Hal ini memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih efektif berdasarkan visualisasi awal. Contoh Implementasi: Layar Interaktif: menampilkan produk dalam konteks virtual, seperti dunia futuristik atau desain minimalis modern. Proyeksi Visual 3D: memanfaatkan animasi berbasis AI untuk menampilkan produk secara dinamis di ruang 3D, memberikan pengalaman visual yang imersif.

2. Display Produk Berbasis Data

- a. Analisis Audiens, AI dapat digunakan untuk menganalisis data pelanggan dan menghasilkan desain display yang sesuai dengan preferensi atau kebutuhan pelanggan tertentu.
- b. Penyesuaian Dinamis, gunakan layar digital yang dapat menyesuaikan konten secara dinamis berdasarkan waktu, lokasi, atau tren terkini. Hal ini membuat tampilan lebih relevan bagi pelanggan di setiap momen. Contoh Implementasi: Kios Digital: menampilkan rekomendasi produk yang disesuaikan dengan perilaku pelanggan, seperti pencarian sebelumnya atau produk yang sering dibeli.

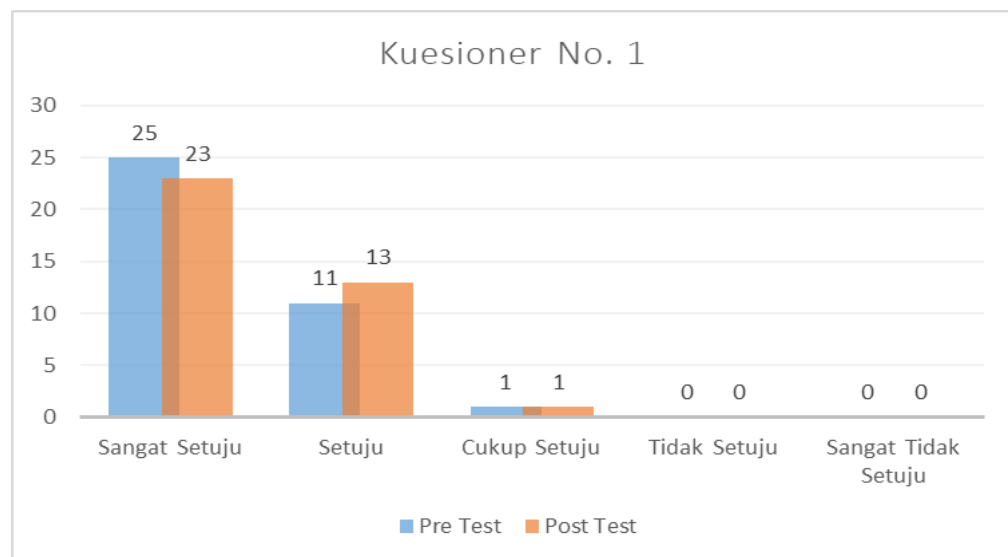
Real-Time Feedback: Layar digital menampilkan informasi tentang produk yang paling populer di lokasi tertentu, memberikan panduan kepada pelanggan untuk memilih produk terbaik.

Dengan memanfaatkan teknologi AI, display produk dapat menjadi lebih menarik, relevan, dan interaktif, meningkatkan daya tarik visual dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih mendalam.

Evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat yaitu dengan memberikan kuisioner pre test

dan post test kepada para peserta. Kuesioner tersebut sebagai berikut:

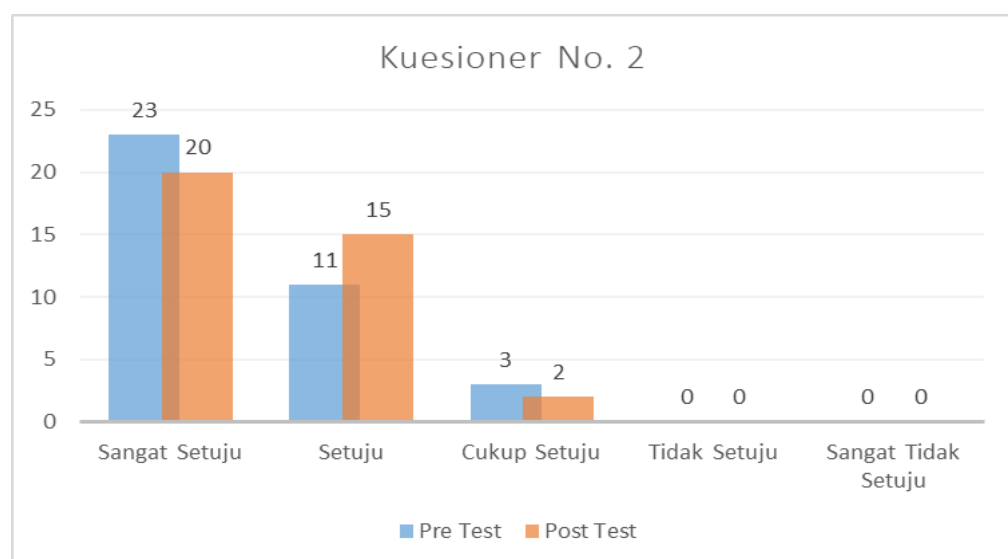
1. Penggunaan Artificial Intelegence (AI) dapat membantu meningkatkan daya tarik visual produk khas Jakarta melalui personalisasi dan inovasi



Gambar 3. Kuesioner No.1

Dari gambar 3 diatas pada pre test peserta yang sangat setuju 25 orang, setuju 11, dan cukup setuju 1 orang. Post test peserta yang sangat setuju 23 orang, setuju 13 orang, dan cukup setuju 1 orang.

2. Teknologi seperti Augmented Reality (AR) berbasis AI sangat efektif untuk mempromosikan produk khas Jakarta kepada wisatawan

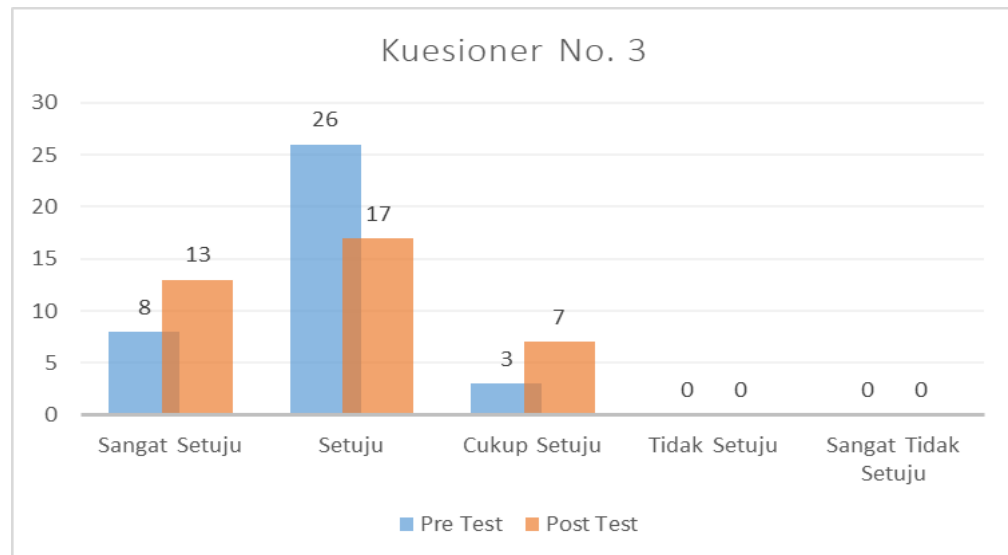


Gambar 4. Kuesioner No.2

Dari gambar 4 diatas pada pre test peserta yang sangat setuju 23 orang, setuju

11, dan cukup setuju 3 orang. Post test peserta yang sangat setuju 20 orang, setuju 15 orang, dan cukup setuju 2 orang.

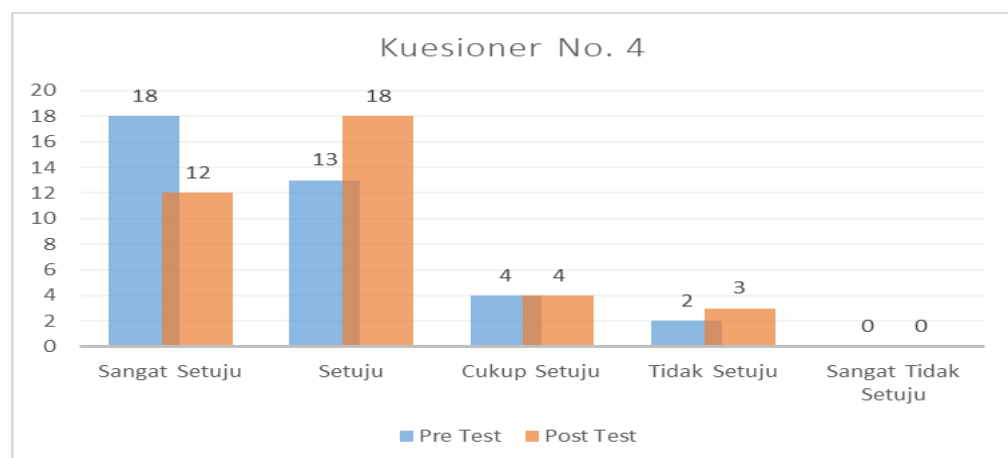
3. Implementasi AI dalam promosi produk lokal dapat meningkatkan efesiensi tanpa mengurangi nilai budaya dari produk tersebut



Gambar 5. Kuesioner No.3

Dari gambar 5 diatas pada pre test peserta yang sangat setuju 8 orang, setuju 26, dan cukup setuju 3 orang. Post test peserta yang sangat setuju 13 orang, setuju 17 orang, dan cukup setuju 7 orang.

4. Kehadiran AI di sektor pemasaran akan menggantikan cara tradisional promosi produk khas Jakarta

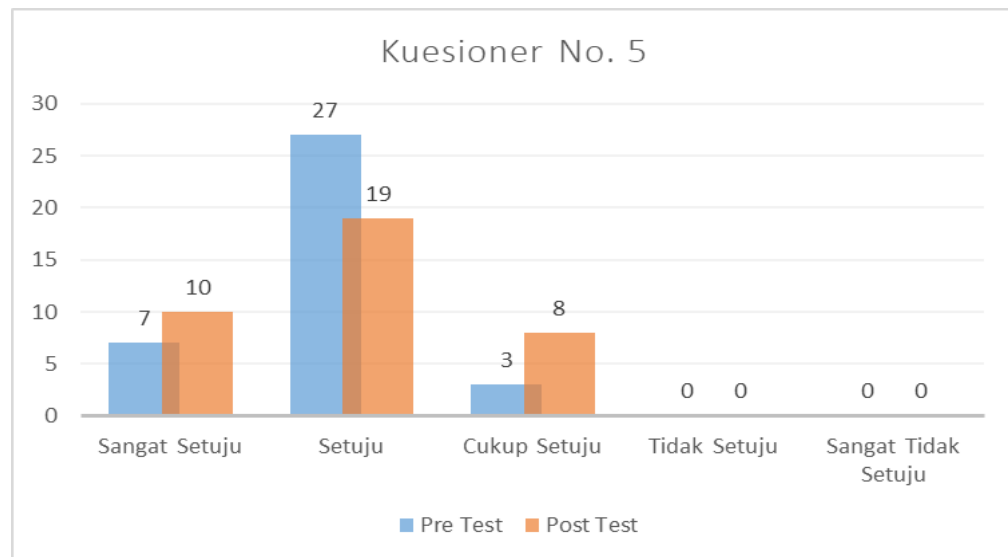


Gambar 6. Kuesioner No.4

Dari gambar 6 diatas pada pre test peserta yang sangat setuju 18 orang, setuju

13, cukup setuju 4 orang dan tidak setuju 2 orang. Post test peserta yang sangat setuju 12 orang, setuju 18 orang, cukup setuju 4 orang dan tidak setuju 3 orang.

5. Biaya yang diperlukan untuk mengintegrasikan AI dalam pemasaran produk lokal sebanding dengan manfaat yang diperoleh.



Gambar 7. Kuesioner No.5

Dari gambar 7 diatas pada pre test peserta yang sangat setuju 7 orang, setuju 27, dan cukup setuju 3 orang. Post test peserta yang sangat setuju 10 orang, setuju 19 orang, dan cukup setuju 8 orang.



Gambar 8. Spanduk Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 9. Tim Pengabdian Masyarakat UMHT, Motivator dan Ketua MA Muhammaduddarain





Gambar 10. Peserta : Pelaku UMKM SKIES Kramat Jati, Guru-Guru dan Murid-Murid MA Muhammaduddarain



Gambar 11. Narasumber : Dr. Chairul Hakim, SP., MM
Dr. Albert Yansen, ST., MM dan Fery Hernaningsih, SE., MM



Gambar 12. Penyerahan Sertifikat kepada Motivator dan Ketua MA Muhammaduddarain



Gambar 13. Guru-Guru dengan Display Produk Khas Jakarta, Pelaku UMKM dan Tim Pengabdian Masyarakat UMHT



Gambar 14. Tim Pengabdian Masyarakat UMHT, Pelaku UMKM, Guru-Guru dan Murid-Murid MA Muhammaduddarain dengan Display Produk Khas Jakarta

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Madrasah Aliyah (MA) Muhammaduddarain memberikan solusi strategis bagi pelaku usaha UMKM dalam meningkatkan pemasaran melalui display produk yang menarik, inovatif, dan memiliki daya saing tinggi. Pemanfaatan teknologi Artificial Intelligence (AI) terbukti dapat membantu pelaku usaha menciptakan tampilan produk yang memikat konsumen sekaligus mendorong keputusan pembelian.

Penerapan AI dalam desain display produk memungkinkan proses yang lebih cepat dengan hasil visual yang unik dan sesuai dengan tema produk maupun target audiens. Hal ini sangat relevan untuk mengembangkan potensi usaha makanan khas Betawi yang memiliki cita rasa enak dan keunikan tersendiri, seperti ketan kuning serundeng, keripik singkong, rengginang, kembang goyang, dan emping.

Melalui teknologi AI, UMKM dapat memanfaatkan peluang pasar dengan lebih efektif, memperkuat daya tarik produk, serta meningkatkan penjualan. Inovasi ini menjadi langkah strategis dalam memperluas jangkauan pasar lokal maupun internasional.

REFERENSI

- Hartono, J. (2018). *Pengantar kecerdasan buatan*. Informatika.
- Hartono, R. (2018). *Kecerdasan buatan untuk pemula*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kusumadewi, S., & Purnomo, H. (2010). *Artificial intelligence (kecerdasan buatan)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nalendra. M. A.S, dkk. (2023). Pemanfaatan Teknologi AI Dalam Display Produk UMKM Olahan Hasil Laut. *Jurnal Jurdimas*, 6 (4), 673-678.
- Rahmawati, D. (2022). Perancangan Sistem Rekomendasi Produk Berbasis AI untuk Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Sistem Informasi*, 12(1), 56-78.)
- Suhartanto, A. (2023). *Pengantar Kecerdasan Buatan: Konsep, Aplikasi, dan Tantangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sumarwan, U., & Tjiptonon, F. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. PT Penerbit IPB Press.
- Supriyanto, A. (2023). Analisis Pengaruh AI pada Display Produk di E-commerce Indonesia. *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 123-145.)
- Swastha, B. I.(2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta, 58