

**PEMBERDAYAAN INDUSTRI KREATIF LOKAL MELALUI INOVASI
ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DAN DIGITAL MARKETING
BERBASIS EKONOMI ISLAM UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN KOMUNITAS UMKM**

**Ary Dean Amri¹, Arfah², Dian Mala Fithriani Aira³,
Widya Sari Wendry⁴, Sisilia Putri Ningsi⁵**

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi^{1,2,3,4,5}

Email: arydeanamry@unja.ac.id¹, arfah88@unja.ac.id², dian.mala@unja.ac.id³,
widya.sari@unja.ac.id⁴, sisilisingi@gmail.com⁵

Abstrak

Pemberdayaan industri kreatif lokal melalui inovasi artificial intelligence (AI) melalui unit usaha mikro di bidang sablon dan bordir di jl. Marsda abdurahman saleh rt.11 paal merah, jambi selatan, kota jambi, bertujuan mendorong pelaku umkm untuk mengadopsi teknologi ai dalam operasional dan dapat mendukung efisiensi produksi, membantu personalisasi desain, serta meningkatkan pemahaman pelaku umkm dalam digital marketing termasuk manajemen media sosial, content strategy dan penggunaan e-commerce untuk memperluas pasar. Hasilnya, mitra mampu menghasilkan 10 desain produk dengan ai, terwujudnya sistem pencatatan keuangan digital serta mitra mampu memahami dan mengaplikasikan 3 prinsip ekonomi islam dalam usahanya. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan penggunaan artificial intelligence (AI) terhadap mitra umkm menghasilkan dampak yang cukup memuaskan.

Kata Kunci: Industri Kreatif Lokal, Ekonomi Islam, UMKM, AI, Kota Jambi

Abstract

Empowering the local creative industry through artificial intelligence (AI) innovation through a micro-business unit specializing in screen printing and embroidery on Jl. Marsda Abdurahman Saleh RT. 11 Paal Merah, South Jambi, Jambi City, aims to encourage MSMEs to adopt AI technology in their operations. This technology can support production efficiency, assist with design personalization, and enhance MSMEs' understanding of digital marketing, including social media management, content strategy, and the use of e-commerce to expand their market. As a result, partners were able to produce 10 product designs using AI, a digital financial recording system was established, and partners were able to understand and apply three principles of Islamic economics in their businesses. This demonstrates that training in the use of artificial intelligence (AI) for MSME partners has had a quite satisfactory impact.

Keywords: Local Creative Industry, Islamic Economy, MSMEs, AI, Jambi City

A. Pendahuluan

Analisis Situasi

Ekonomi islam merupakan istilah untuk sistem ekonomi yang dibangun atas dasar-dasar dan tatanan al-qur‘an dan al-sunnah dengan tujuan masalah (kemaslahatan) bagi umat manusia, sehingga secara konsep dan prinsip ekonomi islam adalah tetap, namun pada prakteknya untuk hal-hal yang situasi dan kondisi tertentu bisa saja berlaku luwes bahkan bisa mengalami perubahan. Prinsip ekonomi islam dapat dirangkum dalam empat prinsip, yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab¹. Prinsip dasar ini memperlihatkan bahwa ekonomi Islam tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga pada keseimbangan spiritual dan moral². Ekonomi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan. Proses yang terjadi dalam hal tukar-menukar dengan kesepakatan tertentu menciptakan sistem yang kemudian kita sebut dengan transaksi perekonomian. Transaksi tersebut tidak lain adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup³.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) memainkan peran penting dalam perekonomian indonesia, umkm telah menjadi motor penggerak ekonomi lokal yang membantu mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun, di era digital yang semakin kompetitif, banyak UMKM menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing dan relevansi usahanya. Digitalisasi menjadi kebutuhan mutlak bagi UMKM agar mampu bertahan di pasar global⁴. Salah satu teknologi yang sedang naik daun dan memiliki potensi besar dalam mendukung pemasaran produk adalah artificial intelligence (ai). Teknologi ai mampu menawarkan solusi inovatif dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari analisis data pelanggan, personalisasi pemasaran, hingga otomatisasi layanan pelanggan. Ai memiliki kemampuan untuk menganalisis data dalam jumlah besar dengan cepat dan akurat. Dalam konteks pemasaran, ai dapat digunakan untuk memahami pola perilaku konsumen, memprediksi tren pasar, serta mengoptimalkan strategi pemasaran⁵. Industri kreatif di indonesia memiliki peranan penting dalam peningkatan ekonomi negara. Industri kreatif juga menjadi salah satu sektor dengan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional. Sektor ini memberdayakan kreativitas, keterampilan, dan inovasi individu dalam

¹ Muhammad Turmudi, “PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Muhammad Turmudi,” n.d., 37–56.

² M. Kabir Hassan and Sirajo Aliyu, “A Contemporary Survey of Islamic Banking Literature,” *Journal of Financial Stability* 34 (2018): 12–43, <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2017.11.006>.

³ Anindya Aryu Inayati, “Pemikiran Ekonomi Islam M. Umer Chapra,” *PROFETIKA: Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2013): 164–76, <http://www.google.com>.

⁴ Melisa Tiran, “Islamic Economics: Principles and Applications in Contemporary Finance,” *International Journal of Science and Society* 5, no. 3 (2023): 180–88, <https://doi.org/10.54783/ijssoc.v5i3.735>.

⁵ Marizka Amaliya M.Husaini, Siti Raudah, “SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah” 2, no. 6 (2023): 2134–39.

menciptakan nilai ekonomi⁶. Dalam industri kreatif ai dapat digunakan untuk menghasilkan konten kreatif berupa tulisan, musik, dan seni .

Permasalahan Mitra

@artgraphic.jbi adalah unit usaha mikro di bidang sablon dan bordir di jl. Marsda abdurrahman saleh rt.01 paal merah, jambi selatan, kota jambi. Usaha ini telah berjalan lebih dari 3 tahun dan memiliki pelanggan individu, komunitas hingga institusi, namun mitra kami memiliki beberapa tantangan utama yang menghambat potensi ekspansi usaha ke pasar yang lebih luas:

- a) Minimnya pemanfaatan teknologi digital (ai- e-commerce)
- b) Pemasaran masih bersifat konvensional (mulut ke mulut dan whatsapp)
- c) Tidak adanya dokumentasi sistematis terkait keuangan dan manajemen usaha
- d) Kurangnya pengetahuan tentang prinsip-prinsip ekonomi islam dalam praktik bisnis

Tujuan Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku umkm dalam digital marketing, termasuk manajemen media sosial, content strategy, dan penggunaan e-commerce untuk memperluas pasar. Membantu pelaku umkm membangun jaringan bisnis yang lebih luas dan berkelanjutan melalui kolaborasi dengan berbagai stakeholder. Integrasi nilai-nilai ekonomi islam dalam bisnis juga menjadi fokus, untuk memastikan praktik usaha dilakukan dengan jujur, transparan, dan adil. Hal ini dinilai meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas jangka panjang. Mengintegrasikan pendidikan dan praktik ekonomi islam dalam pengelolaan bisnis umkm untuk menjamin prinsip keadilan, etika, dan keberlanjutan usaha. Dengan tercapainya tujuan ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan produktivitas, kualitas produk, dan daya saing pasar, sehingga secara langsung meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial komunitas umkm.

Solusi Permasalahan

Berdasarkan permasalahan prioritas yang telah diidentifikasi pada bidang produksi dan pemasaran mitra umkm **@artgraphic.jbi**, berikut adalah solusi yang ditawarkan secara sistematis dan terstruktur.

- 1) Pelatihan dan implementasi teknologi ai untuk desain otomatis solusi ini bertujuan memperkenalkan dan mengimplementasikan penggunaan artificial intelligence (ai) untuk membantu desain produk seperti sablon dan bordir secara otomatis menggunakan tools seperti canva ai, adobe firefly, dan midjourney. Pelatihan ini akan memungkinkan mitra dalam mempercepat proses desain, meningkatkan kualitas visual, dan menyesuaikan produk dengan tren pasar secara real time.
- 2) Peningkatan literasi teknologi dan digitalisasi proses produksi pelaku umkm akan dilatih untuk mengoperasikan software produksi grafis dan manajemen kerja berbasis teknologi. Ini termasuk

⁶ Rahmatul Jannatin et al., "PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM," n.d.

penggunaan perangkat lunak desain seperti coreldraw ai tools, adobe illustrator ai assistant, serta aplikasi pembukuan digital sederhana seperti bukukas atau mooto untuk pencatatan keuangan yang lebih akurat dan terstruktur.

- 3) Integrasi prinsip ekonomi islam dalam produksi melalui pelatihan ekonomi islam, mitra akan diberikan pemahaman tentang etika produksi dalam islam, seperti kejujuran dalam penetapan harga, larangan riba, serta konsep keberlanjutan usaha. Hal ini bertujuan membentuk kesadaran usaha yang tidak hanya mencari profit, tetapi juga keberkahan dan keberlangsungan

B. Metode Penelitian

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat pemberdayaan industri kreatif lokal melalui inovasi artificial intelligence (AI) dan digital marketing berbasis ekonomi islam untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas UMKM di kota jambi, Dirancang melalui beberapa tahapan dan metode, yaitu:

1. Permasalahan dalam Bidang Produksi

Permasalahan: Proses desain yang masih manual dan kurang inovatif sehingga memperlambat waktu produksi dan membatasi kreativitas.

Solusi dan Tahapan Pelaksanaan:

- a) Pelatihan penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam desain grafis: Pengenalan tools AI seperti Canva Pro, Midjourney, dan Adobe Firefly untuk menghasilkan desain sablon dan bordir dengan cepat dan beragam.
- b) Workshop digitalisasi proses desain: Penyusunan SOP produksi digital menggunakan aplikasi coreldraw dan Adobe Illustrator yang dipadukan dengan AI.
- c) Pendampingan penggunaan aplikasi desain AI: Pendampingan intensif dalam penerapan desain berbasis AI untuk produk pilot (kaos sablon, jaket bordir, dll).

2. Permasalahan dalam Bidang Pemasaran

Permasalahan: Pemasaran masih menggunakan metode konvensional dan belum terintegrasi dengan digital marketing.

Solusi dan Tahapan Pelaksanaan:

- a) Pelatihan Digital Marketing Islami: Pelatihan strategi pemasaran berbasis nilai ekonomi Islam (etika promosi, kejujuran, keterbukaan harga).
- b) Pembuatan konten promosi berbasis storytelling: Pembuatan konten Instagram Reels, katalog, dan feed Islami.
- c) Optimalisasi SEO dan media sosial: Penggunaan hashtag, CTA Islami, dan kolaborasi dengan influencer lokal.
- d) Pembuatan website katalog dan pemanfaatan e-commerce: Pembuatan website katalog online serta aktivasi akun di Tokopedia/Shopee
- e) Diversifikasi teknologi dan pendekatan digital:
 - a) WhatsApp Business dan Google Forms untuk pelayanan pelanggan.
 - b) Sistem pembayaran digital (QRIS, e-wallet).
 - c) Pengelolaan stok berbasis Google Sheets dan Drive.

d) Portofolio digital berupa Reels, testimoni, dan katalog desain AI.

3. Rencana Implementasi Waktu (7 Bulan)

Bulan	Kegiatan
1	Persiapan, koordinasi, penyusunan tim, sosialisasi program ke mitra
2-3	Pelatihan AI dan digital marketing, pembuatan konten dan desain pilot
4-6	Pendampingan penerapan digitalisasi produksi dan promosi
7	Evaluasi akhir, pelaporan, pembuatan panduan digital, dan follow-up keberlanjutan

4. Partisipasi Mitra

Mitra akan berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan:

- Menyediakan data awal tentang proses bisnis yang ada.
- Mengikuti pelatihan dan workshop secara penuh.
- Menerapkan praktik baru dalam produksi dan pemasaran dengan bimbingan tim.
- Menyediakan satu staf sebagai liaison officer untuk memudahkan komunikasi dan koordinasi.

5. Evaluasi dan Keberlanjutan Program

Evaluasi akan dilakukan dalam dua bentuk:

- Evaluasi Proses:** Dilakukan mingguan melalui pengamatan, logbook, dan laporan kemajuan.
- Evaluasi Hasil:** Dilakukan di bulan ke-7 melalui survei, wawancara, dan analisis dampak terhadap produksi dan penjualan.

Keberlanjutan Program:

- Tim akan menyusun e-book & video tutorial sebagai panduan berkelanjutan
- Dibentuk grup whatsapp sebagai forum konsultasi lanjutan
- Mendorong mitra membentuk komunitas digital UMKM yang saling berbagi praktik baik

6. Peran Tim dan Mahasiswa

Setiap anggota tim memiliki peran yang terstruktur dan disesuaikan dengan kompetensinya dalam mendukung keberhasilan program, sebagai berikut:

- Koordinator program:** Menyusun rencana kegiatan, mengatur jadwal, memantau pelaksanaan, dan menyusun laporan.
- Fasilitator digital marketing Islami:** Memberikan pelatihan dan pendampingan promosi berbasis syariah.
- Pendamping AI dan desain grafis:** Mendampingi penggunaan AI dan SOP produksi digital.
- Dokumentator dan evaluator:** Mendokumentasikan proses kegiatan dan melakukan evaluasi serta analisis.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil dan Pembahasan Pertama

Ditulis secara jelas yang merupakan hasil kajian atau analisis dari

pokok bahasan pertama⁷. Dapat berupa ulasan dari kondisi terkini isu yang ditulis yang kemudian dikomparasikan dengan kondisi ideal menurut penulis berdasarkan suatu peraturan perundang-undangan/ Al Qur'an/ Hadis/ Teori tertentu berupa data yang dapat dipertanggungjawabkan⁸. Berdasarkan penelitian Jumin (2024), penerapan Artificial Intelligence (AI) pada sektor UMKM memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan efisiensi produksi dan pengambilan keputusan berbasis data. Namun demikian, tantangan yang dihadapi pelaku UMKM meliputi keterbatasan literasi digital, kesiapan infrastruktur, serta adaptasi terhadap teknologi baru. Hal ini sejalan dengan kondisi mitra pada kegiatan ini yang masih menghadapi hambatan serupa dalam pemanfaatan teknologi digital. Sementara itu, Pujianto dan Muzdalifah (2022) menegaskan bahwa pemasaran digital dalam perspektif Islam memiliki prinsip yang mirip dengan pemasaran konvensional, tetapi dibedakan oleh penerapan etika syariah seperti kejujuran, transparansi, dan tanggung jawab. Aktivitas promosi berbasis digital yang Islami mencakup pembuatan konten positif, pengelolaan media sosial, dan interaksi pelanggan yang sesuai dengan nilai-nilai moral Islam. Prinsip inilah yang juga diterapkan dalam pelatihan digital marketing Islami pada mitra UMKM dalam kegiatan ini.

2. Hasil dan Pembahasan Kedua

Saat ini kegiatan pelatihan telah selesai dilaksanakan, proses kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian ini dimulai dari tahapan persiapan awal pengabdian, pelaksanaan pelatihan, dan pelaporan hasil pengabdian. Secara lebih rinci tahapan kerja pelaksanaan kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel hasil dan pembahasan

Jenis Kegiatan	Bentuk Kegiatan	Tujuan	Pelaksanaan
Persiapan awal pengabdian	Survei pendahuluan	Berkoordinasi dengan mitra	Sudah dilaksanakan
	Pengumpulan data objek pengabdian	Merumuskan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan menyusun agenda kegiatan industri kreatif	Sudah dilaksanakan

⁷ Dany Arsenio et al., "Peran Dan Praktik Artificial Intelligence Terhadap Umkm: Systematic Literature Review," *Jurnal Media Informatika* 6, no. 2 (2024): 470–77.

⁸ Wahyu Eko Pujianto and Laily Muzdalifah, "Digital Marketing in Islamic Perspective: A Literature Review," *Al-Uqud: Journal of Islamic Economics* 6, no. 2 (2022): 247–58, <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n2.p247-258>.

	Identifikasi masalah	Merumuskan permasalahan yang dihadapi oleh mitra dan menyusun agenda kegiatan industri kreatif	Sudah dilaksanakan
Pelaksanaan sosialisasi	Penyusunan materi	Menyesuaikan materi yang dibutuhkan oleh mitra terkait Industri Kreatif Lokal Melalui Inovasi Artificial Intelligence(Ai) Dan Digital Marketing berbasis ekonomi islam	Sudah dilaksanakan
	Konfirmasi waktu pelaksanaan	Menyesuaikan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan	Sudah dilaksanakan
	Pelaksanaan kegiatan pelatihan	Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan jadwal dan susunan acara yang telah disepakati	Sudah dilaksanakan
Pelaporan hasil pengabdian	Evaluasi kegiatan	Melakukan evaluasi dan penyusunan draft laporan akhir	Sudah dilaksanakan
	Penyusunan laporan akhir kegiatan	Penyeleksian laporan akhir pengabdian masyarakat	Sudah dilaksanakan

D. Penutup

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan mengenai pemberdayaan industri kreatif lokal melalui inovasi artificial intelligence(AI) dan digital marketing berbasis ekonomi islam untuk meningkatkan pengetahuan para pelaku atau mitra UMKM terhadap penggunaan teknologi (AI) dalam operasional berbasis ekonomi islam di kota jambi Masyarakat dan pelaku UMKM sangat antusias dalam mengikuti rangkaian kegiatan tersebut. Pemahaman tentang AI, industri kreatif dan prinsip ekonomi Islam dapat diterima dan dipahami dengan baik, sehingga memberikan manfaat nyata bagi masyarakat. Kegiatan ini berdampak positif pada pengusaha UMKM, karena meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing usaha..

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya Aryu Inayati. "Pemikiran Ekonomi Islam M. Umer Chapra." *PROFETIKA: Jurnal Studi Islam* 14, no. 2 (2013): 164–76. <http://www.google.com>.
- Arsenio, Dany, Yusuf Abdurrahman, Atika Lusi Tania, Northa Idaman, Fakultas Ekonomi, Bisnis Islam, and Email Penulis Korespondensi. "Peran Dan Praktik Artificial Intelligence Terhadap Umkm: Systematic Literature Review." *Jurnal Media Informatika* 6, no. 2 (2024): 470–77.
- Hassan, M. Kabir, and Sirajo Aliyu. "A Contemporary Survey of Islamic Banking Literature." *Journal of Financial Stability* 34 (2018): 12–43. <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2017.11.006>.
- Jannatin, Rahmatul, M Wahyu Wardhana², Rudi Haryanto, Agus Pebriyanto, and Politeknik Negeri Banjarmasin. "PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM," n.d.
- M.Husaini, Siti Raudah, Marizka Amaliya. "SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah" 2, no. 6 (2023): 2134–39.
- Melisa Tiran. "Islamic Economics: Principles and Applications in Contemporary Finance." *International Journal of Science and Society* 5, no. 3 (2023): 180–88. <https://doi.org/10.54783/ijsoc.v5i3.735>.
- Pujianto, Wahyu Eko, and Laily Muzdalifah. "Digital Marketing in Islamic Perspective: A Literature Review." *Al-Uqud : Journal of Islamic Economics* 6, no. 2 (2022): 247–58. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n2.p247-258>.
- Turmudi, Muhammad. "PRODUKSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Muhammad Turmudi," n.d., 37–56.