
PEMANFAATAN META-ADS DAN OPTIMALISASI KONTEN IKLAN MENGUNAKAN AI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM KELURAHAN PONDOK AREN

^{1*}Muhamad Ihsan Ashari, ²Abdul Choliq, ³Muhamad Nur Fitrianto
Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia
muhamadihsanashari@gmail.com, dosen03154@unpam.ac.id

Abstrak

Pemanfaatan platform digital, khususnya media sosial, menjadi kebutuhan mendesak bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertahan dan berkembang di era digital. Namun, banyak pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Aren menghadapi tantangan dalam mengoptimalkan pemasaran digital karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan platform seperti Meta Ads dan kecerdasan buatan (AI). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberikan pelatihan intensif dan pendampingan kepada pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Aren untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing. PKM ini berfokus pada pemanfaatan Meta Ads dan optimalisasi konten iklan menggunakan AI untuk meningkatkan penjualan produk UMKM. Target luaran yang ingin dicapai adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam digital marketing, peningkatan penjualan produk UMKM, perluasan jangkauan pasar, dan terbentuknya komunitas UMKM digital di Kelurahan Pondok Aren. Dengan demikian, PKM ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dan mengembangkan potensi UMKM lokal.

Kata Kunci: Iklan Meta; Pemasaran Digital; UMKM; Kecerdasan Buatan

Abstract

The use of digital platforms, especially social media, is an urgent need for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to survive and thrive in the digital era. However, many MSMEs in Pondok Aren Village face challenges in optimizing digital marketing due to limited knowledge and skills in utilizing platforms such as Meta Ads and artificial intelligence (AI). This Community Service (PKM) activity aims to provide intensive training and mentoring to MSMEs in Pondok Aren Village to improve their knowledge and skills in digital marketing. This PKM focuses on the use of Meta Ads and optimization of advertising content using AI to increase sales of MSME products. The output targets to be achieved are increasing the knowledge and skills of MSMEs in digital marketing, increasing sales of MSME products, expanding market reach, and forming a digital MSME community in Pondok Aren Village. Thus, this PKM is expected to provide a real contribution to improving the economic welfare of the community and developing the potential of local MSMEs.

Keywords: Meta Ads; Digital Marketing; UMKM; Artificial Intelligence

PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan kegiatan yang bertujuan membantu masyarakat tertentu dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun. Secara umum program ini dirancang oleh berbagai Universitas atau Institut yang ada di Indonesia untuk memberikan kontribusi nyata bagi bangsa Indonesia, khususnya dalam mengembangkan kesejahteraan dan kemajuan bangsa Indonesia. Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Menurut data dari *We are Social*, yang merupakan sebuah agensi digital marketing di Amerika, menyatakan bahwa platform media sosial yang sering digunakan di Indonesia per Januari 2023 adalah Whatsapp (92,1%) dan oleh Instagram (86,5%). Posisi selanjutnya ditempati oleh Facebook (83,8%), Tiktok (70,8%), Telegram (64,3%), dan Twitter 60,2%). Sisanya ditempati secara berurutan oleh FB Messenger, Snackvideo, Pinterest, Line, LinkedIn, Discord, Snapchat, Likee, dan Skype.

Pemanfaatan *digital marketing* memiliki beberapa keunggulan, antara lain target bisa diatur sesuai demografi, domisili, gaya hidup, dan bahkan kebiasaan, Hasil cepat terlihat sehingga pemasar dapat melakukan teknik koreksi atau perubahan apabila dirasa ada yang tidak sesuai, Biaya jauh lebih murah daripada pemasaran konvensional, Jangkauan lebih luas karena tidak terbatas geografis, Dapat diakses kapanpun tidak terbatas waktu, Hasil dapat diukur, misalnya jumlah pengunjung situs, jumlah konsumen yang melakukan pembelian online, Kampanya bisa dipersonalisasi, serta bisa melakukan engagement atau meraih konsumen karena komunikasi terjadi secara langsung dan dua arah sehingga pelaku usaha membina relasi dan menumbuhkan kepercayaan konsumen.

UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, hingga persaingan yang semakin ketat. Di era digital ini, digital marketing menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi tantangan tersebut. Meta Ads, sebagai salah satu platform periklanan digital terkemuka, menawarkan potensi besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas produk, dan mendorong penjualan. Lebih lanjut, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam optimalisasi konten iklan dapat meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran digital. AI dapat membantu UMKM membuat iklan yang lebih menarik, relevan, dan personal bagi target audiens, sehingga meningkatkan peluang konversi.

Kecamatan Pondok Aren merupakan salah satu kecamatan di wilayah kota Tangerang Selatan, Indonesia. Terdiri dari 11 kelurahan, dengan luas wilayah 29,88 Km² dan memiliki jumlah penduduk sekitar 294 996. Berikut di bawah ini adalah tabel jumlah penduduk di setiap kelurahan yang ada di kecamatan Pondok Aren, yaitu:

No	Desa / Kelurahan	Jumlah Penduduk
1	Parigi Baru	11.864
2	Pondok Kacang Barat	21.971

3	Pondok Kacang Timur	37.434
4	Parigi	19.720
5	Pondok Pucung	27.382
6	Pondok Jaya	10.287
7	Pondok Aren	31.112
8	Jurang Mangu Barat	40.240
9	Jurang Mangu Timur	30.803
10	Pondok Karya	27.322
11	Pondok Betung	36.907
	Total Penduduk Pondok Aren	294.966

Sumber: BPS dan Sensus Penduduk 2020

Minimnya pengetahuan UKM mengenai *digital marketing* menginspirasi tim pengabdian kepada masyarakat untuk menyampaikan sosialisasi dan memberikan pelatihan mengenai penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini sebagai penerapan *digital marketing*. Jika UKM memahami pentingnya *digital marketing* bagi peluang bisnis usaha, diharapkan mereka akan termotivasi untuk menggunakan *digital marketing* sebagai sarana promosi untuk mengembangkan bisnisnya.

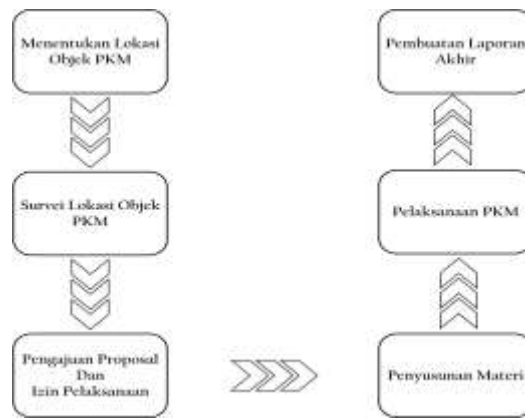
Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berfokus pada pemberdayaan pelaku UMKM di Kecamatan Pondok Aren. Melalui pelatihan *Meta Ads* dan optimalisasi konten iklan menggunakan AI, PKM ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan produk UMKM mereka, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.

Selanjutnya memberikan pemahaman kepada pelaku UKM tentang *Traffic Source* melalui *Google Property*, *Meta Property*, dan *Other Property*. Membangun aset digital untuk mendapatkan *Traffic*. Kemudian memberikan pemahaman mengenai tipe pemasaran yang terdiri dari *Free Traffic* (Organik) dan *Paid Traffic* (Berbayar). Serta memberikan studikusus berupa cara beriklan di *Meta Property* (*Meta Ads*).

Berdasarkan uraian latar belakang serta analisis yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Pondok Aren yang belum memahami proses pembuatan iklan dan optimasi konten iklan.

METODE

Metode pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini akan dilaksanakan serangkaian tahapan kegiatan yang sudah terstruktur dan diatur secara sistematis yang digambarkan pada diagram di bawah.



Gambar 1. Metode pelaksanaan PKM

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini diawali dengan menetapkan lokasi objek pengabdian. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini Tim PKM prodi Sistem Informasi Universitas Pamulang memutuskan untuk melakukan pengabdian di UMKM kelurahan Pondok Aren, Serua Depok.

Kelurahan Pondok Aren, yang terletak di Tangerang Selatan, memiliki ekosistem UMKM yang dinamis dan beragam. UMKM di wilayah ini mencakup berbagai sektor, mulai dari kuliner, kerajinan tangan, fashion, hingga jasa. Sebagian besar UMKM di Pondok Aren merupakan usaha keluarga yang telah berjalan turun-temurun, namun tak sedikit pula yang merupakan usaha rintisan yang digawangi oleh generasi muda. UMKM Pondok Aren memiliki anggota lebih dari 600 orang dengan berbagai produk kreativitas dan inovasi.

Banyak pelaku UMKM yang mampu menciptakan produk unik dan berkualitas, yang tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal, tetapi juga memiliki potensi untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, semangat kewirausahaan yang tinggi juga menjadi faktor pendorong pertumbuhan UMKM di Kelurahan Pondok Aren.

HASIL PENELITIAN

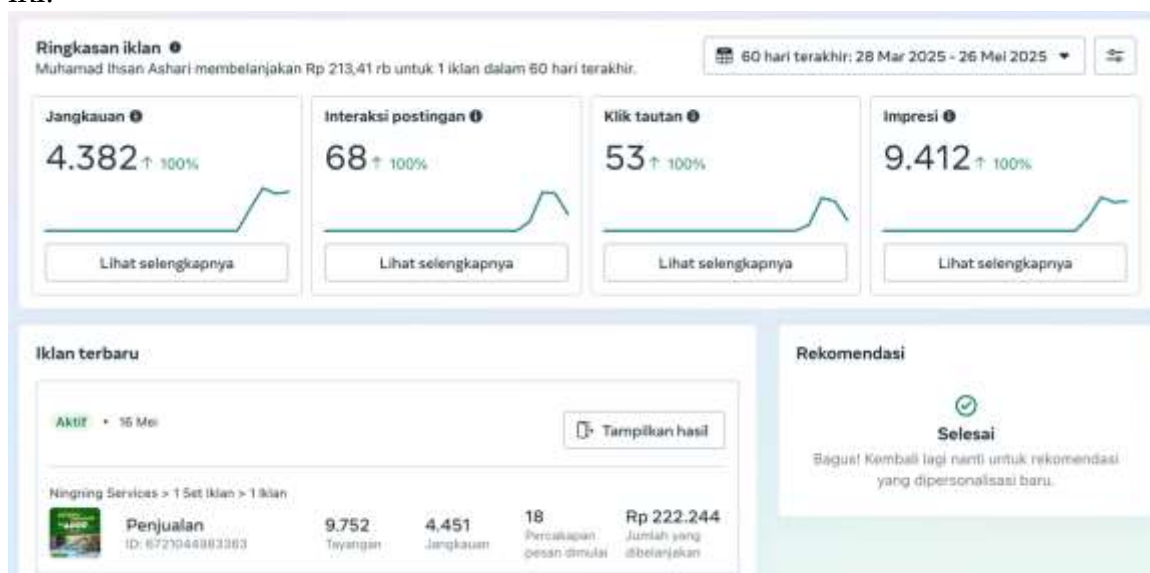
Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Pemanfaatan Meta Ads dan Optimalisasi Konten Iklan Menggunakan AI untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Kelurahan Pondok Aren" telah dilaksanakan dengan serangkaian program yang terstruktur dan terukur. Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan partisipasi aktif dari para pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Aren, yang merupakan target utama dari program ini.

Pelatihan Dasar Meta Ads dan Pemasaran Digital Tahap awal kegiatan berfokus pada pemberian materi dasar mengenai pemasaran digital dan pengenalan platform Meta Ads. Sesi ini mencakup pemahaman tentang pentingnya digital marketing di era modern, cara kerja Meta Ads, hingga langkah-langkah dasar pembuatan akun dan penyiapan kampanye iklan. Berdasarkan observasi selama sesi, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam menyerap informasi. Hal ini terlihat dari banyaknya pertanyaan interaktif yang diajukan, menunjukkan kebutuhan yang nyata akan pengetahuan di bidang ini. Peserta juga diberikan kesempatan untuk secara langsung mempraktikkan navigasi dasar di platform Meta Ads, meskipun masih dalam skala simulasi.



Gambar 2. Pelatihan dasar dan Workshop Meta Ads

Workshop Optimalisasi Konten Iklan Menggunakan AI Pada tahap selanjutnya, kegiatan diarahkan pada workshop praktis tentang pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI) untuk menciptakan dan mengoptimalkan konten iklan yang menarik dan efektif. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan berbagai *tools* AI yang relevan, teknik *prompt engineering* sederhana untuk menghasilkan teks iklan yang persuasif, serta cara memanfaatkan AI untuk ide visual dan desain iklan dasar. Hasil dari workshop ini sangat positif; beberapa peserta berhasil menciptakan draf konten iklan yang inovatif dan relevan dengan produk UMKM mereka. Kemampuan AI dalam mempercepat proses kreasi konten dan meningkatkan kualitas estetika visual sangat diapresiasi oleh para peserta, yang sebelumnya kesulitan dalam aspek ini.



Gambar 2. Hasil workshop pelatihan Meta Ads

Pendampingan Implementasi dan Studi Kasus Setelah pelatihan dan workshop, tim pelaksana PKM melakukan sesi pendampingan secara langsung kepada beberapa perwakilan UMKM. Dalam sesi ini, peserta dibantu untuk menerapkan pengetahuan yang telah didapatkan, mulai dari mengelola akun Meta Ads mereka sendiri, mengunggah konten iklan yang telah dioptimalkan dengan AI, hingga memahami metrik dasar kampanye iklan. Studi kasus dari produk UMKM

yang berbeda-beda digunakan untuk memberikan gambaran nyata dan solusi yang spesifik. Meskipun masih dalam tahap awal implementasi, beberapa UMKM mulai menunjukkan peningkatan interaksi pada postingan iklan mereka dan adanya peningkatan jangkauan yang lebih luas dibandingkan sebelumnya, berkat penargetan audiens yang lebih spesifik menggunakan fitur Meta Ads.



Gambar 3. Peserta UMKM Kelurahan Pondok Aren

Survei Tingkat Pemahaman dan Kebermanfaatan Untuk mengukur keberhasilan dan dampak awal, dilakukan survei kepada peserta setelah seluruh rangkaian pelatihan. Hasil survei menunjukkan peningkatan signifikan pada tingkat pemahaman peserta terkait penggunaan Meta Ads dan AI dalam pemasaran digital. Sebagian besar responden menyatakan bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat dan relevan dengan kebutuhan usaha mereka. Mereka juga mengungkapkan rasa optimis terhadap potensi peningkatan penjualan produk setelah menerapkan ilmu yang didapat dari PKM ini.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini telah berhasil membuka wawasan dan memberikan keterampilan praktis kepada pelaku UMKM Kelurahan Pondok Aren dalam mengoptimalkan pemasaran digital melalui Meta Ads dan AI. Indikasi awal menunjukkan adanya peningkatan kapasitas digital para pelaku UMKM yang diharapkan akan berdampak positif pada peningkatan penjualan produk mereka.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Pemanfaatan Meta Ads dan Optimalisasi Konten Iklan Menggunakan AI untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Kelurahan Pondok Aren" telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

Pelatihan intensif mengenai Meta Ads dan pemanfaatan AI untuk optimalisasi konten iklan telah memberikan pemahaman dan keterampilan baru yang signifikan bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Pondok Aren. Peserta PKM menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam memahami materi, mulai dari dasar-dasar Meta Ads hingga teknik pembuatan dan penargetan iklan yang efektif, serta penggunaan tools AI untuk menghasilkan ide dan format konten yang menarik. Hal ini terlihat dari partisipasi aktif selama sesi pelatihan dan kemampuan peserta dalam mempraktikkan

materi yang diajarkan.

Melalui kegiatan ini, para pelaku UMKM Kelurahan Pondok Aren telah mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh dalam strategi pemasaran produk mereka. Optimalisasi konten iklan dengan bantuan AI terbukti mampu meningkatkan daya tarik visual dan pesan promosi, sehingga berpotensi besar untuk menarik perhatian konsumen. Pemanfaatan Meta Ads juga membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau target pasar yang lebih luas dan tersegmentasi, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui pemasaran konvensional.

Keberhasilan PKM ini tidak hanya terlihat dari peningkatan keterampilan individu, tetapi juga dari potensi peningkatan penjualan produk UMKM secara keseluruhan. Dengan strategi pemasaran digital yang lebih terarah dan konten iklan yang lebih menarik, diharapkan UMKM Kelurahan Pondok Aren dapat bersaing lebih efektif di pasar digital, meningkatkan visibilitas produk, dan pada akhirnya, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Pendampingan pasca-pelatihan juga menjadi kunci untuk memastikan keberlanjutan penerapan ilmu yang telah didapatkan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini telah memberikan kontribusi nyata dalam memberdayakan UMKM Kelurahan Pondok Aren menghadapi tantangan pemasaran di era digital. Pemanfaatan teknologi Meta Ads dan AI bukan lagi menjadi pilihan, melainkan sebuah keharusan untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, T., Haryadi, R. N., Riyanto, S., & Usman, H. M. (2023). The effect of marketing mix and brand image towards interest of students at Riyadlul Jannah Islamic High School Jonggol. *International Journal of Sharia Business Management*, 2(2), 49-56.
- Haryadi, R. N., Eryandi, E., & Kumala, D. (2025). Keterampilan bahasa Inggris dalam pemasaran digital dan pengaruh bahasa terhadap keterlibatan konsumen. *Idarah: Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1-7.
- Kumala, D., Was'an, G. H., & Haryadi, R. N. (2023). Pelatihan pengembangan pemasaran digital produk pakan ternak pada UMKM Tegal Salam Feed, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 3(1), 61-66.
- Lian, B. (2019). Tanggung jawab tridharma perguruan tinggi menjawab kebutuhan masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Program Pascasarjana Universitas PGRI Palembang* (Vol. 2, pp. 999-1015).
- Negara, A. S. (2014). *UU no.* Retrieved September 20, 2023, from <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/43920/uu-no-20-tahun-2003>
- Nugroho, A. (2021). Perkembangan teknologi di Indonesia beserta dampaknya. *Qwords.Com*. Retrieved from <https://www.qwords.com> (tambahkan URL lengkap jika ada)
- Yolanda, C. (2024). Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam pengembangan ekonomi Indonesia. *Manajemen Bisnis*, 2(3), 170-186