Journal : Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2)
Punerbit : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 2986-3104
Volume / Issue / Tahun/ Hal. : 4/ 5/ 2026: Oktober/ 1138-1148

PENGENALAN MANAJEMEN PEMASARAN HALAL BERBASIS KECERDASAN BUATAN PADA SISWA MTs PERSIS SUMEDANG

Damayanti Octavia[1]*, Khairani Ratnasari Siregar[2], Harrys Sudarmadji[3]
[1,2,3]Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom
[1]damayantioctavia@telkomuniversty.ac.id,
[2] anisiregar@telkomuniversity.ac.id,
[3]harrysudarmadji@telkomuniversity.ac.i
*Coresponding Autor

Informasi Artikel

Pengajuan	:	31-08-2026
Peninjauan	:	10-09-2026
Revisi	:	30-09-2026
Diterima	:	05-10-2026
Diterbitkan	:	23-10-2026

Kata Kunci
Kecerdasan Buatan, Pemasaran Halal, Literasi Digital, Siswa MTs

Abstrak

Perkembangan kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence dan media sosial telah menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi peserta didik, termasuk siswa Madrasah Tsanawiyah (MTs). Di satu sisi, kecerdasan buatan dapat dimanfaatkan untuk mendukung kreativitas, komunikasi, dan pembelajaran; namun di sisi lain, penggunaannya memerlukan literasi digital, kemampuan verifikasi informasi, serta pemahaman etika agar tidak menimbulkan penyalahgunaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengenalkan manajemen pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan kepada siswa MTs sebagai upaya mengarahkan pemanfaatan teknologi digital pada kegiatan yang produktif, kreatif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Metode kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi, demonstrasi pemanfaatan kecerdasan buatan, serta tugas praktik pembuatan poster pemasaran halal untuk produk makanan dan minuman tradisional maupun kekinian. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa mampu memahami seluruh pemahaman konsep pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan. Hal dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan 22 siswa dari 23 siswa menyatakan materi disajikan dengan jelas dan mudah dipahami. Tugas praktik yang diberikan menunjukkan bahwa siswa dapat mengintegrasikan unsur komunikasi visual, informasi produk, nilai budaya, dan pesan halal dalam media promosi. Dengan demikian, pengenalan manajemen pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan berpotensi menjadi strategi edukatif untuk meningkatkan literasi digital Islami, kreativitas komunikasi, dan kesadaran etis siswa dalam menggunakan teknologi.

Cara Mengutip : Octavia, D., Siregar, K. R., & Sudarmadji, H. (2026). Pengenalan manajemen pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan pada siswa MTs Persis Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2),* 4(5), 1138–1148. https://doi.org/10.59407/jpki2.v4i5.4645

DOI : https://doi.org/10.59407/jpki2.v4i5.4645
This is an open access article under https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/
Copyright© 2026 by Author. Published by Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri

PENDAHULUAN

Kecerdasan buatan atau Artificial Intelligence merupakan teknologi yang mulai dekat dengan kehidupan peserta didik, termasuk siswa Madrasah Tsanawiyah (MTs) yang setara dengan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Pada usia ini, siswa umumnya mulai aktif menggunakan media digital untuk belajar, berkomunikasi, mencari hiburan, dan membuat konten sederhana. Bagi siswa MTs di Sumedang, pengenalan kecerdasan buatan menjadi penting karena lingkungan mereka dekat dengan kehidupan keagamaan madrasah, budaya lokal, serta berbagai produk makanan dan minuman yang dapat dijadikan contoh pembelajaran pemasaran halal. Dengan demikian, kecerdasan buatan tidak diperkenalkan sebagai teknologi yang rumit, melainkan sebagai alat bantu sederhana untuk mencari ide, menyusun kalimat promosi, membuat slogan, dan merancang poster yang jujur serta sesuai nilai Islam.

Berdasarkan penelitian Padmasari dkk. (2025), media sosial yang sering

digunakan oleh siswa SMP meliputi TikTok, Instagram, WhatsApp, dan YouTube. Temuan ini menunjukkan bahwa siswa pada jenjang setara SMP sudah akrab dengan media digital, tetapi masih memerlukan arahan agar penggunaan media sosial tidak hanya untuk hiburan. Dalam konteks kegiatan ini, media sosial dipahami sebagai ruang belajar sederhana untuk mengenalkan produk, menyampaikan pesan, dan membuat konten positif. Penguatan literasi digital juga perlu diarahkan pada kemampuan menyaring informasi, memahami etika digital, dan menghindari penyebaran informasi yang tidak valid sebagaimana ditekankan oleh Nuryadi dan Widiatmaka (2023), Bulya dan Izzati (2024), serta Suryani dkk. (2024). Oleh karena itu, pembahasan diarahkan pada literasi digital siswa, etika penggunaan kecerdasan buatan, dan praktik membuat media promosi sederhana, bukan pada kajian pemasaran industri besar yang terlalu kompleks bagi tingkat perkembangan mereka.

Manajemen pemasaran halal relevan diperkenalkan kepada siswa MTs karena materi ini dapat menghubungkan nilai-nilai Islam dengan aktivitas digital yang dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Siswa tidak diarahkan untuk memahami strategi pemasaran yang kompleks, seperti analisis pasar industri, rantai pasok halal, atau persaingan bisnis skala besar. Sebaliknya, mereka diperkenalkan pada konsep yang lebih sederhana, yaitu bagaimana mengenalkan produk halal secara jujur, memilih kata-kata promosi yang santun, menampilkan informasi produk dengan jelas, dan membuat poster atau caption yang mudah dipahami. Kebutuhan siswa MTs di Sumedang terhadap materi pemasaran halal dan kecerdasan buatan juga berkaitan dengan potensi pembelajaran berbasis produk lokal. Sumedang dikenal dengan ragam makanan dan aktivitas ekonomi masyarakat yang dapat dijadikan contoh dekat bagi siswa, seperti produk makanan tradisional, jajanan sekolah, dan usaha kecil di sekitar lingkungan mereka. Melalui contoh tersebut, siswa dapat belajar bahwa promosi yang baik tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga harus benar, tidak berlebihan, dan tidak menyesatkan. Pembelajaran ini sesuai dengan kapasitas siswa setingkat SMP karena menekankan praktik konkret, seperti membuat nama produk, slogan, poster, dan pesan promosi sederhana. Materi ini perlu disampaikan dengan bahasa yang ringan dan bertahap agar sesuai dengan perkembangan kognitif siswa menengah pertama. Istilah pemasaran halal dijelaskan sebagai cara memperkenalkan produk yang boleh dikonsumsi menurut ajaran Islam dengan informasi yang jujur, bersih, dan dapat dipercaya. Sementara itu, kecerdasan buatan dijelaskan sebagai alat bantu yang dapat memberi ide, memperbaiki kalimat, atau membantu membuat rancangan konten, tetapi hasilnya tetap harus diperiksa kembali oleh siswa dan guru. Dengan cara ini, pembelajaran tidak berhenti pada teori, melainkan mendorong siswa untuk memahami etika digital melalui kegiatan yang mudah dipraktikkan.

Beberapa penelitian terdahulu mendukung pentingnya pengenalan kecerdasan buatan dan media promosi digital pada siswa tingkat menengah. Kong dkk. (2023) menunjukkan bahwa program literasi kecerdasan buatan dapat mengembangkan pemahaman konseptual, literasi, pemberdayaan, dan kesadaran etis peserta didik. Su dkk. (2023) juga menegaskan bahwa pengenalan kecerdasan buatan dalam pendidikan perlu memperhatikan peluang pembelajaran sekaligus tantangan usia dan pendampingan. Karena itu, penggunaan kecerdasan buatan dalam kegiatan ini diarahkan pada tugas sederhana yang sesuai usia, seperti mencari ide produk halal, menyusun slogan, dan membuat poster promosi.

Penelitian Firdaus dkk. (2025) mengenai penerapan Generative Artificial Intelligence untuk pembelajaran kreatif di SMP dan SMK menunjukkan bahwa sosialisasi kecerdasan buatan dapat membantu siswa memahami manfaat, etika

penggunaan, pembuatan konten kreatif, identifikasi informasi valid, dan pemecahan masalah. Dalam konteks siswa MTs, temuan ini penting karena menegaskan bahwa pembelajaran kecerdasan buatan perlu disertai batasan yang jelas, contoh yang dekat dengan kehidupan siswa, dan pendampingan guru. Oleh sebab itu, kegiatan ini menekankan literasi digital, verifikasi informasi, dan pembuatan media promosi sederhana sebagai bentuk praktik yang realistis.

Dari sisi keterampilan abad ke-21, Usman dkk. (2025) menjelaskan bahwa kecerdasan buatan dapat mendukung kreativitas, komunikasi, kolaborasi, dan berpikir kritis. Namun, bagi siswa menengah pertama, penguatan keterampilan tersebut perlu diberikan melalui aktivitas yang konkret dan tidak terlalu abstrak. Oleh karena itu, pelatihan manajemen pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan dalam kegiatan ini difokuskan pada kemampuan dasar: memahami pesan halal, menyusun informasi produk yang benar, memilih bahasa promosi yang santun, dan membuat konten visual sederhana. Fokus tersebut lebih sesuai dengan kebutuhan edukasi siswa MTs dibandingkan pembahasan teknis tentang pemasaran digital tingkat lanjut atau rantai pasok halal industri besar.

Dengan demikian, pendahuluan ini menempatkan pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan sebagai materi edukasi dasar yang relevan bagi siswa MTs di Sumedang. Relevansi tersebut terletak pada tiga hal utama: kedekatan siswa dengan media sosial, kebutuhan pendampingan dalam menggunakan kecerdasan buatan secara bertanggung jawab, dan adanya contoh produk lokal yang dapat dijadikan bahan praktik promosi halal. Kajian literatur digunakan secara terbatas untuk mendukung fokus tersebut, yaitu literasi digital, etika penggunaan teknologi, kreativitas komunikasi, dan pembuatan media promosi sederhana yang sesuai dengan tingkat perkembangan siswa setara SMP. Fokus ini sejalan dengan kajian Luthfiah (2025), Nurlina dkk. (2025), Khotimah dkk. (2024), dan Kurahman dkk. (2023) yang menekankan pentingnya penguatan literasi digital dan literasi halal pada lingkungan pendidikan Islam melalui pembelajaran terarah, pendampingan guru, dan perhatian terhadap etika penggunaan informasi digital.

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif dengan melibatkan 23 siswa MTs Persis Sumedang sebagai peserta pelatihan. Pendekatan ini diterapkan melalui penyampaian materi, diskusi, demonstrasi penggunaan kecerdasan buatan, praktik pembuatan poster, pendampingan, serta refleksi. Materi berfokus pada konsep dasar pemasaran halal, etika promosi, pemanfaatan kecerdasan buatan sebagai alat bantu kreatif, dan pembuatan media promosi sederhana. Alur kegiatan terdiri atas enam tahap sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1, yaitu persiapan materi dan instrumen, penyampaian materi, demonstrasi kecerdasan buatan, praktik pembuatan poster, pendampingan dan revisi poster, serta evaluasi dan refleksi. Kegiatan inti dilaksanakan sekitar 165 menit: penyampaian materi 45 menit, demonstrasi 30 menit, praktik poster 60 menit, serta evaluasi dan refleksi 30 menit. Pada tahap pendampingan, tim pengabdi membantu siswa memperbaiki ide produk, slogan, pesan halal, tata letak poster, dan kesesuaian informasi promosi.

Journal : Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2)
Punerbit : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 2986-3104
Volume / Issue / Tahun/ Hal. : 4/ 5/ 2026: Oktober/ 1124-1137



Gambar 1. Diagram alir metode kegiatan

Metode yang digunakan selaras dengan sejumlah penelitian terdahulu. Jundillah dkk. (2024) menjelaskan bahwa pelatihan pembuatan poster digital pada siswa SMP dapat dilakukan melalui tahapan survei dan perizinan, persiapan, pelaksanaan, evaluasi, dan dokumentasi dengan pendekatan partisipatif. Riyani dkk. (2025) juga menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) efektif digunakan untuk meningkatkan keterampilan digital siswa melalui proyek pembuatan poster digital karena siswa terlibat langsung dalam proses merancang karya berdasarkan tema tertentu. Selain itu, Khotimah dkk. (2024) menunjukkan bahwa model pembelajaran berbasis virtual field trip dapat memperkuat literasi digital siswa madrasah melalui penggunaan observasi, tes, dan angket. Temuan-temuan tersebut mendukung rancangan metode kegiatan ini yang menggabungkan sosialisasi, demonstrasi, praktik berbasis proyek, dan evaluasi reflektif. Model pelatihan berbasis praktik juga diperkuat oleh temuan Nurlaila dan Pakiding (2026), Witi dkk. (2026), Sibarani dkk. (2024), Parilah dkk. (2025), Kurnia dkk. (2025), serta Jundillah dkk. (2024) yang menunjukkan bahwa pelatihan desain poster dan penggunaan Canva dapat meningkatkan keterampilan komunikasi visual, kreativitas, dan kemampuan peserta dalam menyusun konten digital. Rujukan tersebut relevan karena kegiatan ini menempatkan poster sebagai media praktik, bukan sekadar produk visual akhir.

Data kegiatan dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, analisis poster, dan kuesioner pemahaman sederhana. Evaluasi dilakukan secara kualitatif-deskriptif menggunakan dua instrumen. Pertama, rubrik poster dengan kriteria kelengkapan informasi produk, kesesuaian pesan halal, kreativitas visual, keterbacaan pesan, dan etika digital. Kedua, instrumen pemahaman siswa yang menilai kemampuan menjelaskan konsep pemasaran halal, fungsi kecerdasan buatan sebagai alat bantu, serta pentingnya verifikasi informasi sebelum konten dipublikasikan. Indikator keberhasilan program meliputi keterlibatan siswa dalam seluruh tahapan, kemampuan menghasilkan poster pemasaran halal yang memuat informasi produk dan pesan promosi yang jelas, penggunaan kecerdasan buatan secara terbimbing, serta kesadaran etis dalam menyampaikan klaim halal secara jujur dan tidak menyesatkan. Pengukuran dilakukan melalui triangulasi data dari observasi pelatihan, hasil poster, kuesioner pemahaman, dan refleksi lisan siswa.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa respons siswa terhadap pelatihan cenderung positif sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 5. Berdasarkan data evaluasi yang tersedia, 22 dari 23 siswa menyatakan bahwa materi disajikan dengan jelas dan mudah

Journal : Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2)
Punerbit : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 2986-3104
Volume / Issue / Tahun/ Hal. : 4/ 5/ 2026: Oktober/ 1124-1137

dipahami. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta dapat menerima materi pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan secara baik. Namun, data tersebut lebih tepat dibaca sebagai hasil evaluasi persepsi pemahaman siswa setelah pelatihan, bukan sebagai bukti peningkatan kognitif yang terukur melalui perbandingan nilai sebelum dan sesudah kegiatan. Secara implementatif, kegiatan menunjukkan bahwa siswa lebih mudah memahami pemasaran halal ketika materi dihubungkan dengan contoh produk yang dekat dengan kehidupan mereka, seperti jajanan sekolah, makanan tradisional, dan produk minuman kekinian. Pemahaman siswa tampak dari kemampuan mereka mengidentifikasi unsur nama produk, slogan, daya tarik utama, dan pesan halal dalam rancangan poster. Namun, beberapa siswa masih memerlukan pendampingan untuk membedakan antara klaim promosi yang menarik dan klaim yang harus dibuktikan, terutama ketika ingin menampilkan istilah “halal”, “sehat”, atau “alami” pada poster.

Penggunaan kecerdasan buatan dalam pelatihan berfungsi sebagai stimulus ide, bukan sebagai sumber tunggal pembuatan karya. Siswa berkontribusi pada pemilihan produk, penyusunan nama produk, perumusan slogan, pemilihan pesan halal, dan penjelasan isi poster. Sementara itu, unsur visual seperti tata letak, kombinasi warna, ilustrasi makanan, dan kerapian desain sebagian menggunakan bantuan template aplikasi desain dan masukan dari kecerdasan buatan dengan pendampingan tim pengabdi. Dengan demikian, poster yang ditampilkan dalam naskah perlu dipahami sebagai hasil praktik terbimbing, bukan sepenuhnya karya mandiri siswa tanpa intervensi. Temuan lain menunjukkan adanya kendala teknis selama penggunaan aplikasi berbasis kecerdasan buatan. Tidak semua siswa memiliki perangkat yang memadai untuk mengakses aplikasi secara bersamaan, sehingga sebagian siswa harus bekerja berkelompok. Koneksi internet yang tidak selalu stabil juga memengaruhi kecepatan dalam mencari ide, menghasilkan teks promosi, dan membuka aplikasi desain. Kondisi ini membuat proses praktik tidak berjalan seragam antarkelompok; sebagian kelompok dapat menyelesaikan rancangan lebih cepat, sedangkan kelompok lain membutuhkan pendampingan tambahan untuk menyederhanakan instruksi, memperbaiki teks, dan menyesuaikan desain poster.



Gambar 1. Poster siswa: Serabi Nusantara

Poster Serabi Nusantara menunjukkan bahwa siswa mampu memilih produk tradisional sebagai objek promosi dan merumuskan pesan yang menonjolkan unsur lokal. Namun, kualitas visual poster yang tampak rapi dan kompleks tidak dapat diklaim sebagai karya siswa secara mandiri sepenuhnya. Kontribusi siswa berada pada

Journal : Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2)
Punerbit : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 2986-3104
Volume / Issue / Tahun/ Hal. : 4/ 5/ 2026: Oktober/ 1124-1137

penentuan produk, penyusunan ide pesan, pemilihan slogan, serta penjelasan makna halal. Adapun tampilan visual, susunan elemen grafis, dan kerapian desain dibantu oleh template aplikasi serta arahan tim pengabdi agar hasilnya layak ditampilkan dalam naskah publikasi.



Gambar 2. Poster siswa: Rendang

Poster Rendang memperlihatkan kemampuan siswa menghubungkan promosi makanan tradisional dengan informasi bahan, ciri khas produk, dan nilai budaya. Sama seperti poster sebelumnya, desain yang tampak profesional merupakan hasil praktik terbimbing. Siswa menyumbang ide konten, memilih informasi utama, dan menyusun pesan promosi, sedangkan penyempurnaan visual dilakukan melalui template dan pendampingan. Penjelasan ini penting agar pembaca tidak menafsirkan poster sebagai bukti keterampilan desain profesional siswa MTs, melainkan sebagai hasil belajar yang difasilitasi oleh teknologi dan tim pengabdi.



Gambar 3. Pemaparan materi kegiatan

Gambar 3 memperlihatkan sesi pemaparan materi *Kecerdasan Buatan-Assisted Pemasaran Halal* dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap ini, narasumber menjelaskan tujuan kegiatan, konsep dasar pemasaran halal, serta pemanfaatan kecerdasan buatan sebagai alat bantu dalam membuat ide dan konten

Journal : Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2)
Punerbit : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 2986-3104
Volume / Issue / Tahun/ Hal. : 4/ 5/ 2026: Oktober/ 1124-1137

promosi.



Gambar 4. Peserta menyimak materi

Gambar 4 menunjukkan suasana peserta saat menyimak penyampaian materi di ruang kelas. Dokumentasi ini menggambarkan keterlibatan siswa dalam mengikuti penjelasan mengenai pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan sebelum mereka melaksanakan tugas praktik pembuatan poster. Pembahasan hasil kegiatan perlu ditempatkan sesuai dengan jenis data pada Gambar 5. Karena data evaluasi berbentuk respons siswa terhadap pelatihan, klaim keberhasilan program tidak dapat dinyatakan sebagai peningkatan kognitif secara langsung. Data 22 dari 23 siswa yang menyatakan materi jelas dan mudah dipahami menunjukkan tingkat penerimaan materi yang tinggi, tetapi belum menunjukkan besarnya peningkatan pengetahuan secara kuantitatif. Oleh karena itu, keberhasilan kegiatan lebih tepat dirumuskan sebagai indikasi awal bahwa pelatihan membantu siswa memahami konsep pemasaran halal, fungsi kecerdasan buatan sebagai alat bantu, dan pentingnya etika dalam promosi digital.

Dari sisi literasi digital Islami, kegiatan ini memperlihatkan bahwa siswa mulai memahami pentingnya menggunakan teknologi secara bertanggung jawab. Hal ini terlihat dari respons siswa yang menyatakan perlunya memeriksa ulang informasi, tidak menggunakan klaim halal secara sembarangan, dan tidak menyalin hasil kecerdasan buatan tanpa memahami isinya. Kesadaran etis tersebut diukur melalui kuesioner pemahaman, pengamatan saat pendampingan, dan analisis terhadap isi poster. Dengan demikian, literasi digital Islami dalam kegiatan ini tidak hanya dinilai dari kemampuan menggunakan aplikasi, tetapi juga dari sikap kritis terhadap kebenaran informasi dan kejujuran pesan promosi. Penekanan ini sejalan dengan Putra dan Abdulhakim (2025), Suryani dkk. (2024), Rusadi dan Aripin (2023), serta Qomaro (2023) yang menempatkan literasi digital bernilai Islam dan literasi halal sebagai upaya membangun sikap kritis, kesadaran etis, dan perilaku bertanggung jawab pada remaja Muslim. Kendala teknis menjadi faktor yang memengaruhi capaian kegiatan. Keterbatasan perangkat membuat beberapa siswa tidak dapat mengeksplorasi aplikasi kecerdasan buatan secara individual. Selain itu, jaringan internet yang tidak stabil menyebabkan proses pencarian ide, perbaikan kalimat promosi, dan penggunaan template desain berlangsung lebih lambat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan pelatihan kecerdasan buatan di tingkat MTs sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur, pendampingan teknis, dan penyederhanaan tugas agar sesuai dengan kemampuan peserta. Temuan ini sejalan dengan Pradana dan Syarifuddin (2021), UNICEF Indonesia (2021), Astari dan Yulianto (2025), serta Akbar dan Wijaya (2024) yang menekankan bahwa keterbatasan perangkat, koneksi internet, dan infrastruktur digital masih menjadi tantangan penting dalam pembelajaran berbasis teknologi di Indonesia.

Secara kritis, hasil kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan kecerdasan buatan memberikan manfaat pada tahap pencarian ide dan penyusunan bahasa promosi, tetapi belum sepenuhnya menunjukkan kemandirian siswa dalam produksi konten visual. Kompleksitas

Journal : Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS (JPKI2)
Punerbit : Yayasan Nuraini Ibrahim Mandiri
e-ISSN : 2986-3104
Volume / Issue / Tahun/ Hal. : 4/ 5/ 2026: Oktober/ 1124-1137

poster yang dihasilkan perlu dibaca sebagai dampak dari dukungan template, arahan fasilitator, dan penggunaan teknologi, bukan semata-mata hasil keterampilan desain siswa. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan perlu membedakan secara lebih tegas antara capaian pemahaman konsep, capaian keterampilan menggunakan aplikasi, dan capaian kreativitas siswa secara mandiri. Implikasi dari temuan tersebut adalah perlunya desain evaluasi yang lebih terukur pada kegiatan berikutnya. Selain kuesioner kepuasan dan pemahaman, pengabdi dapat menambahkan pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan kognitif secara lebih objektif. Rubrik poster juga perlu digunakan secara konsisten untuk membedakan aspek pesan halal, kreativitas visual, keterbacaan, dan etika digital. Dengan cara ini, klaim keberhasilan program tidak hanya bertumpu pada dokumentasi kegiatan atau kualitas visual poster, tetapi didukung oleh data kuantitatif sederhana dan analisis proses belajar siswa.

Dengan demikian, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa program pengenalan pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan mendapat respons positif dari siswa berdasarkan data evaluasi pada Gambar 5. Akan tetapi, karena evaluasi belum menggunakan pre-test dan post-test, simpulan mengenai peningkatan kognitif perlu dibatasi. Keberhasilan kegiatan lebih tepat dinyatakan sebagai penguatan awal pemahaman dan kesadaran etis siswa secara terbimbing, bukan sebagai bukti peningkatan kemampuan yang terukur secara komparatif.

NO	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS	TOTAL
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat	1	0	4	9	9	23
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup	1	0	3	14	5	23
3	Materi atau kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami	1	0	0	11	11	23
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan	1	0	0	7	15	23
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang	1	0	0	11	11	23
6	Masyarakat mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan ini	1	0	1	11	10	23
	Total	6	0	8	63	61	138
	Jumlah Masing-Masing (%)	4.35	0.0	5.8	45.65	44.2	100
	Total Setuju + Sangat Setuju (%)				89.86		

STS = Sangat Tidak Setuju; TS = Tidak Setuju; N = Netral; S = Setuju; SS = Sangat Setuju

Gambar 5. Hasil Survey Evaluasi Pelatihan

Gambar 5 memperlihatkan hasil survei evaluasi pelatihan yang diberikan kepada 23 siswa setelah kegiatan selesai. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar siswa memberikan tanggapan positif terhadap penyampaian materi, terutama pada aspek kejelasan penjelasan dan kemudahan memahami materi pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan. Temuan ini mendukung narasi bahwa pelatihan dapat diterima oleh siswa MTs, meskipun hasilnya masih bersifat evaluasi persepsi dan belum menunjukkan peningkatan pengetahuan secara komparatif karena tidak menggunakan pre-test dan post-test.

KESIMPULAN

Kegiatan pengenalan manajemen pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan pada siswa MTs Persis Sumedang menunjukkan bahwa pendekatan edukatif-partisipatif melalui penyampaian materi, demonstrasi, praktik pembuatan poster, pendampingan, dan evaluasi dapat membantu siswa memahami konsep dasar pemasaran halal dan

pemanfaatan kecerdasan buatan sebagai alat bantu promosi secara terbimbing. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa 22 dari 23 siswa menyatakan materi disajikan dengan jelas dan mudah dipahami, sedangkan hasil praktik menunjukkan bahwa siswa mampu mengidentifikasi informasi produk, menyusun slogan, menyampaikan pesan halal, serta mengintegrasikan unsur budaya dan komunikasi visual dalam poster promosi. Kegiatan juga menunjukkan munculnya kesadaran awal siswa mengenai pentingnya memeriksa kembali informasi yang dihasilkan kecerdasan buatan dan menghindari klaim promosi yang tidak dapat dibuktikan. Meskipun demikian, keterbatasan perangkat dan koneksi internet menyebabkan sebagian siswa perlu bekerja secara berkelompok dan memperoleh pendampingan tambahan, sementara kualitas visual poster belum dapat digunakan sebagai indikator keterampilan desain mandiri karena masih dipengaruhi penggunaan template dan arahan fasilitator. Dengan demikian, kegiatan ini menunjukkan bahwa pengenalan pemasaran halal berbasis kecerdasan buatan relevan sebagai pembelajaran awal untuk mengembangkan pemahaman, kreativitas komunikasi, dan kesadaran etis digital siswa, namun evaluasi pada kegiatan selanjutnya perlu dilengkapi dengan pre-test dan post-test serta rubrik penilaian yang lebih terukur untuk mengetahui perubahan kemampuan siswa secara objektif.

Pernyataan mengenai Penggunaan Kecerdasan Buatan (AI).

AI digunakan dalam penyusunan naskah ini. Penulis menggunakan perangkat kecerdasan buatan semata-mata untuk membantu perbaikan bahasa, pemeriksaan tata bahasa, serta penyuntingan demi kejelasan dan keterbacaan. Penulis tetap bertanggung jawab penuh atas akurasi, orisinalitas, integritas, dan konten akademis naskah tersebut. Seluruh konten yang dibantu oleh AI telah ditinjau dan diverifikasi oleh penulis sebelum naskah diserahkan.

Konflik kepentingan

"Penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan."

Kontribusi penulis

Untuk artikel penelitian dengan banyak penulis, pernyataan singkat yang merinci kontribusi individu masing-masing penulis harus disertakan. Format berikut sebaiknya digunakan untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan kontribusi setiap penulis terhadap penelitian dan penyusunan naskah secara jelas: Konseptualisasi, Damayanti Octavia; pengumpulan data, Khairani Ratnasari & Harrys Sudarmadji; validasi data, Khairani Ratnasari & Harrys Sudarmadji; analisis formal, Khairani Ratnasari dan Harrys Sudarmadji; penulisan—penyusunan draf awal, Damayanti Octavia; penulisan—peninjauan dan penyuntingan, Khairani Ratnasari; visualisasi, Damayanti Octavia Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Ucapan terima kasih

"Artikel pengabdian masyarakat ini ini didukung oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis [FEB] dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat [LPPM] Universitas Telkom. Penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan, fasilitas, dan sumber daya yang diberikan untuk memfasilitasi penyelesaian penelitian ini."

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., & Wijaya, G. (2024). Digital literacy of rural areas in Indonesia: Challenges and opportunities. Proceedings of RUSET 2023. https://doi.org/10.4108/eai.1-

11-2023.2344347

Astari, A., & Yulianto, D. (2025). Bridging the digital divide in education: Disparities in Google Classroom utilization and technical challenges among urban and rural teachers. Journal of Education Technology, 9(2). https://doi.org/10.23887/jet.v9i2.92897

Bulya, B., & Izzati, S. (2024). Indonesia's digital literacy as a challenge for democracy in the digital age. The Journal of Society and Media, 8(2), 640-661. https://doi.org/10.26740/jsm.v8n2.p640-661

Firdaus, E. A., Vernando, D., Hanan, R. A., & Sinaga, R. F. (2025). Penerapan teknologi Generative AI untuk pembelajaran kreatif di SMP & SMK NU Bogor. Jurnal Pengabdian Masyarakat Nauli, 3(2). https://doi.org/10.35335/nauli.v3i2.178

Jundillah, M. L., Widagdo, P. P., Wardani, T. K., Hutagalung, D. R. F., Utama, C. J., Soleman, C., Anggraini, N. D., & Putri, F. I. (2024). Pelatihan pembuatan poster menggunakan platform Canva. Pengabdian kepada Masyarakat Bidang Teknologi dan Sistem Informasi (PETISI), 2(1). https://doi.org/10.30872/petisi.v2i1.1461

Khotimah, S. H., Krisnawati, N. M., Abusiri, A., Mubin, F., & Wardi, M. (2024). Development of virtual field trip-based learning model as a strengthening of madrasah student digital literacy. Nazhruna: Jurnal Pendidikan Islam, 7(1), 103-121. https://doi.org/10.31538/nzh.v7i1.4532

Kong, S. C., Cheung, W. M. Y., & Zhang, G. (2023). Evaluating an artificial intelligence literacy programme for developing university students' conceptual understanding, literacy, empowerment and ethical awareness. Educational Technology & Society, 26(1), 16-30. https://doi.org/10.30191/ETS.202301_26(1).0002

Kurnia, Y., Sihombing, R. E., Wiyono, W., & Pataropura, A. (2025). Peningkatan kreativitas digital melalui pelatihan pembuatan poster dengan menggunakan Canva pada SMK Penerus Bangsa. NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 4(2), 134-141. https://doi.org/10.32877/nr.v4i2.2234

Kurahman, O. T., Priatna, T., & Cahyanto, T. (2023). Reorientation of halal literacy education development in the curriculum of Islamic educational institutions: An alternative concept. Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam, 12(1), 557-568. https://doi.org/10.30868/ei.v12i01.3190

Luthfiah, L. (2025). Digital literacy in madrasah curriculum: Preparing students for the global digital economy. Islamic Journal of Teaching and Learning, 1(1). https://doi.org/10.59784/jtlm.v1i1.2

Nurlaila, D., & Pakiding, F. (2026). Meningkatkan keterampilan dengan pelatihan desain poster digital menggunakan Canva. IGKOJEI: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7(2), 111-118. https://doi.org/10.46549/igkojei.v7i2.648

Nurlina, N., Dhiauddin, D., & Saifuddin, S. (2025). Madrasah strategy in strengthening digital literacy skills for students of MTsN 1 Pidie Jaya. Nomico Journal, 2(4). https://doi.org/10.62872/habx0184

Nuryadi, M. H., & Widiatmaka, P. (2023). Strengthening civic literacy among students through digital literacy in Society 5.0. Journal of Education and Learning (EduLearn), 17(2), 215-220. https://doi.org/10.11591/edulearn.v17i2.20746

Padmasari, A., Safitri, D., & Sujarwo, S. (2025). Penggunaan media sosial sebagai distraksi belajar pada siswa kelas VIII SMP Negeri 67 Jakarta. Jurnal Pendidikan Tambusai, 9(2), 20480-20483. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.29665

Parilah, P., Saputra, S. A., Wibowo, W. A., Pisriwati, S. A., & Siswanto, D. H. (2025). Participatory training for digital empowerment: Developing graphic design skills

with Canva. Dedicated: Journal of Community Services, 3(2). https://doi.org/10.17509/dedicated.v3i2.89512

Pradana, M., & Syarifuddin, S. (2021). The struggle is real: Constraints of online education in Indonesia during the COVID-19 pandemic. Frontiers in Education, 6. https://doi.org/10.3389/feduc.2021.753776

Putra, H. R., & Abdulhakim, L. (2025). Empowering Muslim adolescents through progressive Islamic digital literacy to combat cyberbullying. Multicultural Islamic Education Review, 3(1). https://doi.org/10.23917/mier.v3i1.9916

Qomaro, G. W. (2023). Tingkat literasi halal remaja dan strategi penguatannya: Studi di pesantren di Indonesia. NAHNU: Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies, 1(2). https://doi.org/10.63875/nahnu.v1i2.32

Riyani, I., Listiana, E., Agata, E., Ai Chen, S. P., Rahmananda, F., & Andryan, M. F. (2025). Peningkatan keterampilan digital siswa melalui project-based learning di SD Negeri 39 Sungai Kakap. GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 9(1), 221-235. https://doi.org/10.31571/gervasi.v9i1.8302

Rusadi, B. E., & Aripin, S. (2023). Religious digital literacy of Islamic education students at Indonesia State Islamic University. TADRIS: Jurnal Pendidikan Islam, 18(1). https://doi.org/10.19105/tjpi.v18i1.8305

Sibarani, A. J. P., Hirzi, M. F., Pasaribu, S. A., Siregar, N. Y. S., & Halawa, J. (2024). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat: Express your imagination with Canva. Jurnal Pengabdian Pancasila, 3(4), 201-208. https://doi.org/10.55927/jpp.v3i4.13485

Su, J., Ng, D. T. K., & Chu, S. K. W. (2023). Artificial intelligence (AI) literacy in early childhood education: The challenges and opportunities. Computers and Education: Artificial Intelligence, 4, 100124. https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100124

Suryani, S., Asyraf, M. F. A., Mustofa, A., & Muntafi, M. S. (2024). Digital literacy based on Islamic values to improve risk perception and critical thinking among Muslim adolescents. Psikis: Jurnal Psikologi Islami, 10(1), 80-90. https://doi.org/10.19109/psikis.v10i1.19067

UNICEF Indonesia. (2021). Strengthening digital learning across Indonesia: A study brief. UNICEF Indonesia.

Usman, U., Kholisoh, S., Rahayu, S., Aulia, A., & Alta, A. A. P. (2025). Implikasi kecerdasan buatan terhadap keterampilan pembelajaran abad 21. Jurnal Basicedu, 9(4). https://doi.org/10.31004/basicedu.v9i4.10263

Witi, F. L., Parera, Y. T., & Londa, M. A. (2026). Enhancing digital content design literacy through Canva training for participants in the 2026 phase 2 national community service program. Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 7(2). https://doi.org/10.37478/mahajana.v7i2.7745