

## PENINGKATAN KAPASITAS INOVASI UMKM BINAAN AISYIYAH PEKANBARU MELALUI PELATIHAN PERSONA PROMPTING BERBASIS GENAI

Seri Hartati<sup>1</sup>, Diki Arisandi\*<sup>2</sup>, Destita Mutiara<sup>3</sup>, Linda Hetri Suriyanti<sup>4</sup>,  
Aqil Farras<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Muhammadiyah Riau, Pekanbaru-Indonesia

\*Email Korespondensi: [dikiarisandi@umri.ac.id](mailto:dikiarisandi@umri.ac.id)

### ABSTRACT

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) mentored by Aisyiyah Pekanbaru face challenges in product innovation and marketing strategies due to limited human resources, lack of optimal digital technology utilization, and insufficient understanding of consumer behavior. These issues weaken the competitiveness of MSMEs amid an accelerating digital transformation. This community engagement program aims to enhance the innovation capacity of MSME actors through training in persona prompting powered by Generative AI (GenAI), enabling participants to generate creative ideas and market-relevant content. The program implementation consisted of: (1) initial needs assessment and participant potential mapping; (2) an interactive workshop on persona development, prompt creation, and GenAI applications; (3) hands-on practice in crafting persona-based prompts for product and content development; and (4) a two-week post-training mentoring phase. A total of 25 MSME actors actively participated. Evaluation using pre-and post-tests showed a significant improvement in participants' ability to create innovative prompts (with the average score rising from 58.1 to 84.3). Moreover, 72% of participants successfully produced at least one marketing content prototype based on GenAI output. These findings demonstrate that persona prompting training using GenAI is an effective and practical approach to fostering MSME innovation in a digital context.*

**Keywords:** MSMEs, Aisyiyah, Technology, Persona Prompting, GenAI.

### ABSTRAK

UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru menghadapi tantangan dalam mengembangkan inovasi produk dan strategi pemasaran akibat keterbatasan sumber daya manusia, belum sepenuhnya memanfaatkan teknologi digital, serta kurangnya pemahaman terhadap karakter konsumen. Permasalahan ini menyebabkan rendahnya daya saing UMKM di tengah tuntutan transformasi digital yang semakin cepat dan kompleks. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas inovasi pelaku UMKM melalui pelatihan *persona prompting* berbasis teknologi *Generative AI (GenAI)*, yang memungkinkan pelaku usaha menggali ide-ide kreatif dan strategi pemasaran yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar. Metode pelaksanaan kegiatan terdiri atas: (1) survei kebutuhan dan pemetaan potensi peserta; (2) workshop interaktif mengenai konsep persona, pembuatan prompt, dan eksplorasi GenAI; (3) sesi praktik membuat prompt persona untuk pengembangan produk dan konten pemasaran; serta (4) pendampingan intensif selama dua minggu setelah pelatihan. Sebanyak 25 pelaku UMKM terlibat aktif dalam program ini. Evaluasi pre-test dan post-test menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep persona serta kemampuan membuat prompt kreatif (rata-rata skor meningkat dari 58,1 menjadi 84,3). Selain itu,

sebanyak 72% peserta berhasil menghasilkan minimal satu prototipe konten pemasaran berbasis output GenAI. Hasil ini membuktikan efektivitas pendekatan persona prompting dalam meningkatkan kapasitas inovasi UMKM secara praktis, aplikatif, dan kontekstual.

**Kata Kunci:** *UMKM, Aisyiyah, Teknologi, Persona Prompting, GenAI.*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia (Ismail, Rohmah, & Ayu Pratama Putri, 2023). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 90% pelaku usaha di Indonesia tergolong UMKM, dan menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Roudhotun Nurul Janah & Roi Seston Tampubolon, 2024). Selain itu, UMKM juga menyerap sekitar 97% tenaga kerja, menjadikannya sebagai sektor strategis dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan memperkuat kemandirian ekonomi nasional (Yolanda & Hasanah, 2024).

Salah satu organisasi yang secara aktif membina UMKM adalah Aisyiyah, organisasi perempuan otonom Muhammadiyah yang memiliki jaringan luas di seluruh Indonesia (Zenfiqa Aditya Ramadhani Br Sitepu, Masithoh, Mahyuni, & Nurzannah, 2025). Di Pekanbaru, Aisyiyah telah membentuk kelompok-kelompok UMKM binaan yang terdiri dari perempuan pelaku usaha kecil, baik di sektor kuliner, kerajinan tangan, maupun jasa. Namun, UMKM binaan ini menghadapi tantangan dalam era digital, seperti keterbatasan SDM adaptif teknologi, rendahnya penggunaan media digital, dan pemahaman pasar yang minim, sehingga inovasi dan strategi pemasaran belum optimal. Selain itu transformasi digital juga merubah tatanan masyarakat dan bisnis khususnya dalam skala, cakupan dan kecepatan transformasi organisasi bisnis (Mandviwalla & Flanagan, 2021).

Secara umum, perkembangan teknologi digital telah mengubah lanskap bisnis secara fundamental (Sandri et al., 2024). Teknologi tidak lagi hanya menjadi alat bantu, tetapi telah menjadi enabler utama dalam menciptakan nilai tambah, memperluas jangkauan pasar, dan memahami perilaku konsumen secara lebih presisi (Trisnawati, Syamsuadi, Arisandi, Elvitaria, & Hartati, 2023). Platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan aplikasi manajemen usaha telah menjadi bagian penting dari aktivitas bisnis harian (Sari, Arisandi, Setiawan, Trisnawati, & Elvitaria, 2021). Namun, untuk bisa memanfaatkan teknologi ini secara maksimal, pelaku UMKM perlu memiliki literasi digital yang memadai serta kemampuan untuk menciptakan konten yang menarik dan relevan dengan audiens.

Dalam beberapa tahun terakhir, kemunculan teknologi kecerdasan buatan generatif (Generative AI/GenAI) membuka peluang baru bagi pelaku usaha, termasuk UMKM (Mahendra et al., 2024). GenAI adalah jenis kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan konten baru berupa teks, gambar, audio, maupun video

berdasarkan perintah (prompt) dari pengguna (Sisephaputra et al., 2024). Teknologi ini telah digunakan secara luas di sektor kreatif, pemasaran, pendidikan, hingga riset. Bagi UMKM, GenAI dapat dimanfaatkan untuk menggali ide produk, membuat materi promosi, bahkan menyusun strategi pemasaran berbasis pemahaman mendalam terhadap profil konsumen (Sudirwo et al., 2025).

Sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru, kegiatan pengabdian ini menawarkan solusi berbasis teknologi melalui pelatihan persona prompting dengan menggunakan GenAI. Persona prompting adalah metode eksploratif yang memanfaatkan kemampuan GenAI untuk membangun profil konsumen secara imajinatif dan kontekstual (Zheng, Pei, Logeswaran, Lee, & Jurgens, 2024). Dengan pendekatan ini, pelaku UMKM dapat lebih mudah memahami siapa target konsumen mereka, serta menghasilkan ide-ide produk dan konten pemasaran yang lebih relevan dan berdampak.

Pelatihan ini dirancang secara bertahap, dimulai dari survei kebutuhan peserta, workshop interaktif tentang konsep persona dan pembuatan prompt, sesi praktik eksplorasi GenAI, hingga pendampingan pasca-pelatihan. Tujuannya adalah tidak hanya mentransfer pengetahuan, tetapi juga memastikan bahwa peserta mampu mengaplikasikan teknologi tersebut dalam konteks usaha mereka sehari-hari. Hasil akhir yang ingin dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatnya kemampuan pelaku UMKM dalam merancang strategi inovasi berbasis pemahaman konsumen, meningkatnya keterampilan dalam memanfaatkan teknologi GenAI, serta lahirnya konten-konten pemasaran yang lebih menarik, relevan, dan sesuai dengan pasar sasaran. Kegiatan ini juga diharapkan menjadi model pelatihan yang dapat direplikasi dalam skala yang lebih luas oleh organisasi masyarakat lainnya.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan tatap muka yang diselenggarakan di Ruang Rapat Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Riau pada tanggal 24 April 2025. Kegiatan ini menggunakan pendekatan participatory training yang diikuti oleh 25 pelaku UMKM yang tergabung dalam binaan Aisyiyah Pekanbaru. Para peserta berasal dari berbagai sektor usaha, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan jasa rumah tangga. Agar pelaksanaan pengabdian ini lebih user friendly selain itu juga platform ini dapat mengakses informasi terkini secara kontekstual, dan memiliki kemampuan menghasilkan respon yang lebih naratif, cepat, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna. Tahapan evaluasi menggunakan pre dan post test untuk memastikan efektifitas kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan di validasi instrument sesuai dengan teori – teori dalam variabel.

UMKM Kegiatan secara resmi dibuka oleh Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, yang dalam sambutannya menekankan

pentingnya literasi digital dan inovasi teknologi dalam mendorong kemajuan UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru. Waktu keseluruhan kegiatan pengabdian dilaksanakan dalam jangka waktu satu bulan mengikuti lini waktu pada tabel 1 berikut:

**Tabel 1 Tahapan Pelaksanaan Kegiatan**

No	Kegiatan	Minggu ke			
		1	2	3	4
1	Survei Awal dan Pemetaan Kebutuhan Peserta	√			
2	Pelatihan Interaktif: Konsep Persona dan Prompting dengan GenAI		√		
3	Praktik Penyusunan Prompt Persona		√		
4	Pendampingan Pasca-Pelatihan			√	
5	Evaluasi Pre-test dan Post-test				√

Metode pelaksanaan kegiatan secara detail dijelaskan melalui beberapa tahapan yang sistematis, dimulai dari tahap survei awal dan pemetaan kebutuhan peserta, pelatihan interaktif pelaksanaan, praktik penyusunan prompt persona, Pendampingan Pasca-Pelatihan, dan evaluasi pre-test dan post-test. Setiap tahap mencakup langkah-langkah teknis dan strategis yang dirancang untuk mencapai tujuan kegiatan secara efektif dan efisien, dengan melibatkan semua pihak terkait.

1. Survei Awal dan Pemetaan Kebutuhan Peserta

Tahap ini dilakukan satu minggu sebelum pelatihan melalui formulir daring yang disebar kepada seluruh calon peserta. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi kebutuhan, tingkat literasi digital, dan tantangan spesifik yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha. Data yang dikumpulkan digunakan untuk menyusun materi pelatihan yang relevan dan kontekstual dengan kondisi peserta.

2. Pelatihan Interaktif: Konsep Persona dan Prompting dengan GenAI

Pelatihan dimulai dengan pengantar tentang pentingnya memahami karakteristik konsumen melalui konsep persona, serta pengenalan terhadap teknologi Generative AI (GenAI). Pemateri menjelaskan bagaimana GenAI dapat membantu pelaku usaha dalam menciptakan konten promosi, ide produk, hingga segmentasi pasar secara lebih cepat dan kreatif. Sesi ini dikemas dalam bentuk diskusi interaktif, studi kasus, dan demonstrasi penggunaan tools GenAI.

3. Praktik Penyusunan Prompt Persona

Setelah memahami teori, peserta diminta untuk membuat persona prompt berdasarkan karakter konsumen usaha mereka. Dengan bimbingan fasilitator, mereka mengeksplorasi platform GenAI seperti ChatGPT untuk menghasilkan ide konten dan narasi pemasaran. Kegiatan ini menekankan pada aspek eksploratif dan adaptif, di mana peserta belajar menyusun perintah (prompt) yang spesifik dan sesuai konteks usaha masing-masing.

#### 4. Pendampingan Pasca-Pelatihan

Untuk memastikan keberlanjutan implementasi, peserta diberikan sesi pendampingan selama pada setelah selesai sesi praktikum hingga satu minggu setelah acara kegiatan pengabdian. Pendampingan dilakukan secara daring melalui WhatsApp dan sesi konsultasi terbuka, serta secara luring terbatas bagi peserta yang memerlukan asistensi langsung. Pendampingan difokuskan pada revisi prompt, pengembangan konten lanjutan, dan asistensi teknis terkait penggunaan GenAI.

#### 5. Evaluasi Pre-test dan Post-test

Evaluasi dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Pre-test mengukur pemahaman awal peserta tentang persona dan kemampuan menyusun prompt, sementara post-test menilai peningkatan kemampuan setelah pelatihan. Analisis perbandingan skor digunakan untuk menilai efektivitas metode pelatihan yang diterapkan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Kegiatan pelatihan persona prompting berbasis teknologi GenAI berhasil dilaksanakan dengan partisipasi aktif dari 25 pelaku UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru. Seluruh peserta menunjukkan antusiasme tinggi terhadap pendekatan baru ini, yang menggabungkan pemahaman konsumen secara imajinatif dengan eksplorasi teknologi AI generatif. Tools utama yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Google Gemini, karena platform ini menawarkan antarmuka yang ramah pengguna, dapat mengakses informasi terkini secara kontekstual, dan memiliki kemampuan menghasilkan respon yang lebih naratif, cepat, serta sesuai dengan kebutuhan pengguna UMKM yang bersifat praktis (Rachmat & Kesuma, 2024).

Dalam pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada konsep persona prompting, yaitu metode eksploratif berbasis AI untuk membangun representasi target konsumen guna menghasilkan gagasan produk dan konten pemasaran yang lebih relevan. Persona prompting adalah praktik menggunakan profil konsumen semi-fiktif yang disusun dalam bentuk prompt untuk mengajak GenAI berpikir dari sudut pandang konsumen (Olea et al., 2024). Metode ini memungkinkan pelaku usaha merancang komunikasi yang lebih tajam dan berorientasi pasar, serta menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal.

Untuk mempermudah implementasi, peserta diajarkan menyusun prompt menggunakan pola sebagai berikut:

“Bayangkan kamu adalah [**identitas konsumen**] yang memiliki [**kebutuhan/spesifik situasi**]. Saya ingin kamu bantu saya dengan ide [**produk/konten/layanan**] untuk usaha [**jenis usaha**] yang sesuai dengan kebutuhanmu.”

Berikut adalah beberapa contoh persona prompting yang dikembangkan oleh peserta sesuai bidang usaha mereka, lengkap dengan hasil eksplorasi yang dihasilkan

melalui Google Gemini:

1. Usaha Kuliner: Ide Resep Sehat untuk Pekerja Kantoran

Prompt:

"Bayangkan kamu adalah karyawan wanita usia 28 tahun yang bekerja di kantor dari pagi sampai sore, ingin makan siang sehat tapi tetap enak dan praktis. Saya ingin kamu bantu saya membuat ide resep sehat untuk usaha catering rumahan saya."

Hasil:

"Saya ingin menu yang bisa langsung dimakan tanpa dipanaskan ulang. Contohnya: Nasi merah dengan ayam bumbu lemon dan sayur kukus, salad quinoa dengan dada ayam dan dressing madu lemon, serta wrap isi telur orak-arik, bayam, dan saus yogurt. Sajikan dalam kemasan ramah lingkungan dan tambahkan label kalori."

2. Usaha Batik: Ide Corak dan Paduan Warna untuk Konsumen Milenial

Prompt:

"Bayangkan kamu adalah mahasiswi muslimah berusia 22 tahun yang menyukai fashion lokal yang unik dan kekinian. Saya ingin kamu bantu memberikan ide corak batik dan kombinasi warna yang cocok untuk selera kamu."

Hasil:

"Saya suka batik dengan corak minimalis seperti motif garis etnik dan flora geometris. Warna yang saya sukai adalah lilac, sage green, dan beige. Akan menarik jika batik bisa dikombinasikan dengan model outer atau blouse kekinian, dan diberi aksen bordir ringan di bagian kerah."

3. Usaha Laundry: Variasi Layanan Agar Lebih Laris

Prompt:

"Bayangkan kamu adalah ayah dua anak yang bekerja penuh waktu dan tidak sempat mengurus cucian rumah. Saya ingin kamu bantu saya membuat layanan laundry yang cocok untuk kamu dan bisa membuat usahaku lebih diminati."

Hasil:

"Saya butuh laundry yang bisa antar-jemput dengan waktu fleksibel, terutama malam hari. Akan menarik jika ada layanan 'Laundry Ekspres 4 Jam' untuk pakaian kerja, serta opsi 'Paket Mingguan Keluarga' dengan harga khusus. Saya juga akan merasa lebih percaya jika ada sistem notifikasi lewat WhatsApp dan testimoni pelanggan di media sosial."

Untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai karakteristik peserta, berikut ini disajikan data berdasarkan kelompok usia dan jenis bidang usaha dari 25 peserta.

Tabel 2. Karakteristik Peserta

No	Usia Peserta	Bidang Usaha Utama	Jumlah Peserta	Persentase (%)
1	21-30 tahun	Kuliner	8	32%
2	31-40 tahun	Fashion	7	28%
3	41-50 tahun	Kerajinan tangan/Souvenir	5	20%
4	> 50 tahun	Jasa	3	12%
5	Campuran	Lainnya	2	8%
	Total		25	100%

### Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan persona prompting berbasis GenAI dirancang sebagai respon terhadap kebutuhan peningkatan kapasitas inovasi UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru. Kegiatan ini telah didesain untuk bersifat partisipatif, aplikatif, dan relevan dengan kebutuhan pelaku usaha. Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada 24 April 2025 di Ruang Rapat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau, diawali membahas terkait pentingnya transformasi digital bagi keberlangsungan UMKM di era teknologi (gambar 1).



Gambar 1. Penjelasan Pembuka Terkait Transformasi Digital Untuk UMKM

Sesi selanjutnya diikuti dengan pemaparan materi yang dikemas dalam bentuk workshop interaktif seperti terlihat pada gambar 2. Pada tahap ini, peserta dikenalkan pada konsep dasar persona prompting dan potensi penggunaan GenAI, khususnya Google Gemini, dalam eksplorasi ide bisnis dan pengembangan konten. Suasana pelatihan berlangsung cukup dinamis; sebagian peserta tampak antusias mengikuti simulasi langsung, meskipun sebagian lainnya membutuhkan lebih banyak bimbingan dalam penggunaan aplikasi. Tim fasilitator melakukan pendampingan aktif selama praktik, membantu peserta menyusun prompt sesuai dengan karakteristik usaha mereka masing-masing.



Gambar 2: Penjelasan Materi Tentang Persona Prompting

Evaluasi kuantitatif dilakukan melalui pre-test dan post-test pada tabel 2 yang mengukur pemahaman konsep persona serta kemampuan membuat prompt kreatif. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan, di mana rata-rata skor peserta naik dari 58,1 menjadi 84,3. Ini membuktikan bahwa metode pelatihan yang bersifat hands-on efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta, bahkan bagi mereka yang sebelumnya belum familiar dengan teknologi GenAI. Secara kualitatif, peserta mengungkapkan bahwa penggunaan persona dalam menyusun prompt memberikan sudut pandang baru terhadap cara mereka memahami konsumen, terutama dalam proses penciptaan produk dan strategi promosi.

**Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Evaluasi Peserta**

No	Aspek yang Dinilai	Skor Rata-rata Pre-test	Skor Rata-rata Post-test	Peningkatan
1	Pemahaman Konsep Persona	60,2	85,0	+24,8
2	Kemampuan Menyusun Prompt Kreatif	58,1	84,3	+26,2

Selain peningkatan skor, sebanyak 72% peserta berhasil menghasilkan minimal satu ide produk, konsep layanan, atau konten pemasaran yang siap diuji coba seperti pada tabel 3. Beberapa ide kreatif yang muncul antara lain paket catering sehat mingguan, motif batik pastel dengan gaya urban, hingga layanan laundry ekspres berbasis antar-jemput. Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi memberikan hasil nyata yang dapat langsung diterapkan di lapangan.

**Tabel 4. Rekapitulasi Capaian Kualitatif Peserta**

No	Indikator	Jumlah Peserta	Persentase
1	Berhasil membuat minimal satu hasil eksplorasi (produk/layanan/konten)	18	72%
2	Belum menghasilkan karya eksplorasi	7	28%

Melihat antusiasme dan hasil yang dicapai, program ini memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Sebagai langkah keberlanjutan, tim pengabdian merencanakan beberapa tindak lanjut, antara lain: (1) mengadakan sesi pendampingan lanjutan secara periodik, baik daring maupun luring, (2) membentuk komunitas digital bagi UMKM binaan Aisyiyah sebagai wadah berbagi pengalaman dan praktik penggunaan GenAI, dan (3) mengembangkan modul pelatihan berbasis studi kasus lokal yang dapat diadopsi oleh lembaga pembinaan UMKM lainnya.

## SIMPULAN

Pelatihan persona prompting berbasis Generative AI (GenAI) bagi UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap konsep persona konsumen dan keterampilan menyusun prompt kreatif untuk eksplorasi ide bisnis. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan skor pemahaman dan keterampilan lebih dari 25 poin, serta 72% peserta berhasil menghasilkan ide produk, layanan, atau konten yang relevan dengan usaha mereka. Kegiatan ini bukan hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membuka wawasan peserta mengenai potensi teknologi AI dalam mendukung inovasi bisnis. Meskipun kegiatan ini memiliki banyak manfaat bagi UMKM, namun hanya diimplementasikan pada UMKM binaan Aisyiyah Pekanbaru, tentu saja dapat dikembangkan dengan skala dan scope lebih besar di tempat - tempat lain. Ke depan, kegiatan ini akan dilanjutkan dengan program pendampingan, pembentukan komunitas digital, dan pengembangan materi pembelajaran agar dampaknya semakin luas dan berkelanjutan bagi pemberdayaan UMKM di Pekanbaru.

## REFERENSI

- Ismail, K., Rohmah, M., & Ayu Pratama Putri, D. (2023). Peranan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi*, 7(2), 208–217. <https://doi.org/10.31851/neraca.v7i2.14344>
- Mahendra, G. S., Ohlyver, D. A., Umar, N., Judijanto, L., Abadi, A., Harto, B., ... Setiawan, I. K. (2024). *Tren Teknologi AI : Pengantar, Teori, dan Contoh Penerapan Artificial Intelligence di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mandviwalla, M., & Flanagan, R. (2021). Small business digital transformation in the context of the pandemic. *European Journal of Information Systems*, 30(4), 359–375. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1891004>
- Olea, C., Tucker, H., Phelan, J., Pattison, C., Zhang, S., Lieb, M., ... White, J. (2024). Evaluating Persona Prompting for Question Answering Tasks. *10th International Conference on Artificial Intelligence and Soft Computing Evaluating*, 63–81. <https://doi.org/10.5121/csit.2024.141106>
- Rachmat, N., & Kesuma, D. P. (2024). Implementasi Large Language Models Gemini Pada Pengembangan Aplikasi Chatbot Berbasis Android. *JURNAL ILMU KOMPUTER (JUİK)*, 4(1), 40–52.
- Roudhotun Nurul Janah, U., & Roi Seston Tampubolon, F. (2024). Peran Usaha Mikro,

- Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739–746.
- Sandri, S. H., Alagusri, J., Ali Ardi, H., Arisandi, D., Farras, A., Ghani Ibrahim, A., & Ananda, F. (2024). Pelatihan Media Sosial: Instagram dan Shopee Affiliati Womenpreneur. *ABDIMAS EKODIKSOSIORA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Ekonomi, Pendidikan, Dan Sosial Humaniora*, 4(2), 113–121.
- Sari, I. P., Arisandi, D., Setiawan, D., Trisnawati, L., & Elvitaria, L. (2021). Pemanfaatan Teknologi Media Sosial sebagai Pendukung Usaha Ibu PKK Desa Teluk Kenidai Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdidas*, 2(2), 273–279. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v2i2.260>
- Sisephaputra, B., Judijanto, L., Apriyanto, A., Lukman, L., Migunani, M., Umar, N., ... Rianty, E. (2024). *Generative Artificial Intelligence (GenAI) : Pengetahuan Dasar GenAI Beserta Penerapannya*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Sudirwo, S., Hadi, A., Judijanto, L., Purwandari, N., Zain, N. N. L. E., Rambe, K. H., ... Baskoro, B. H. (2025). *Artificial Intelligence: Teori, Konsep, dan Implementasi di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Trisnawati, L., Syamsuadi, A., Arisandi, D., Elvitaria, L., & Hartati, S. (2023). Strategi Peningkatan Ekonomi Melalui Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Di Kota Pekanbaru Berbasis Digital. *Al-Amwal*, 12(1), 1–12. <https://doi.org/10.36341/al-amwal.v12i1.239>
- Yolanda, C., & Hasanah, U. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 170–186. <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1147>
- Zenfiqa Aditya Ramadhani Br Sitepu, Masithoh, M., Mahyuni, M., & Nurzannah, N. (2025). Muhammadiyah Dan Pemberdayaan Perempuan Melalui Organisasi Aisyiyah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 3(1), 88–95. <https://doi.org/10.61104/jq.v3i1.728>
- Zheng, M., Pei, J., Logeswaran, L., Lee, M., & Jurgens, D. (2024). When “A Helpful Assistant” Is Not Really Helpful: Personas in System Prompts Do Not Improve Performances of Large Language Models. *EMNLP 2024 - 2024 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing, Findings of EMNLP 2024*, 15126–15154. <https://doi.org/10.18653/v1/2024.findings-emnlp.888>