

ABSTRAK

Penelitian ini telah dilakukan untuk mengetahui kesiapan UMKM dalam menghadapi era digital dengan menggunakan Virtual Reality dan Artificial Intelligence. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu pendekatan dengan wawancara atau tanya jawab dengan pelaku UMKM yang telah dipilih. Permasalahan UMKM sekarang adalah dalam pemasarannya, banyak UMKM yang didirikan akan tetapi banyak juga yang gagal dalam menjalankannya, salah satu masalahnya adalah tidak dapat menjual produknya, dalam artikel ini membahas tentang kesiapan UMKM untuk menghadapi era digital. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, masih banyak UMKM di Indonesia yang belum siap dalam menerapkan sistem VR dan AI dalam pemasaran mereka yang mengakibatkan akan sangat kurang dalam memasuki era digital, akan tetapi para pelaku usaha juga tetap ingin mengikuti perkembangan tersebut dengan sedikit untuk mengubah kebiasaan mereka.

Kata Kunci : *Virtual Reality (VR), Artificial Intelligence (AI), Era Digital, dan Marketing.*

ABSTRACT

This research has been conducted to determine the readiness of MSMEs in facing the digital era by using Virtual Reality and Artificial Intelligence. This study uses a qualitative method, namely an interview or question and answer approach with selected MSME actors. The problem of MSMEs now is in marketing, many MSMEs have been established but many also fail to run it, one of the problems is not being able to sell their products, in this article discusses the readiness of MSMEs to face the digital era. Based on the results of the study, it can be concluded that there are still many MSMEs in Indonesia that are not ready to implement VR and AI systems in their marketing which will result in very less

entering the digital era, but business actors also still want to follow these developments with a little to change their habits. .

Keywords: *Virtual Reality (VR), Artificial Intelligence (AI), Digital Era, and Marketing.*