

PERAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM MENINGKATKAN KREATIVITAS WIRAUSAHAWAN PEMULA

Logi Mulawarman^{1*}, Muhamad Wisnu Alfiansyah², I Nyoman Switrayana³

¹ Universitas Jambi

^{2,3} Universitas Bumigora

E-Mail:

¹ logimulawarman@unja.ac.id

² wisnu@universitasbumigora.ac.id

³ nyoman.switrayana@universitasbumigora.ac.id

ABSTRACT

Perkembangan teknologi *Artificial Intelligence* (AI) telah membuka peluang baru dalam berbagai bidang, termasuk wirausaha. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran AI dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula. Dengan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana AI dapat digunakan sebagai alat untuk menggali ide inovatif, mempermudah proses pengambilan keputusan, dan mengoptimalkan strategi bisnis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 10 wirausahawan pemula yang telah menggunakan alat berbasis AI, serta analisis dokumen pada artikel penelitian relevan. Analisis data pada penelitian ini memanfaatkan *software* NVivo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI mampu mempercepat proses *brainstorming*, memberikan wawasan berdasarkan data yang kompleks, dan membantu dalam menciptakan solusi kreatif untuk tantangan bisnis. Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa kendala, seperti keterbatasan akses terhadap teknologi canggih dan kurangnya literasi digital di kalangan wirausahawan pemula. Implikasi dari penelitian ini menyoroti pentingnya pelatihan dan edukasi AI untuk mendorong kreativitas yang lebih produktif di sektor wirausaha.

ARTICLE INFO

Keywords:

Artificial Intelligence;
kreativitas;
wirausahawan pemula;
inovasi; teknologi
bisnis

Article History

Submitted:

26-12-2024

Accepted:

27-01-2025

Published:

28-01-2025

Corresponding Author:

Logi Mulawarman, logimulawarman@unja.ac.id

1. INTRODUCTION

Perkembangan teknologi telah membawa dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis (Ardiansyah, 2023; Marpaung et al., 2023). Salah satu teknologi yang menjadi pusat perhatian adalah *Artificial Intelligence* (AI). Teknologi ini tidak hanya mampu menggantikan pekerjaan manual, tetapi juga menjadi katalisator inovasi dalam berbagai bidang, termasuk wirausaha. Dalam konteks wirausahawan pemula, kemampuan untuk berinovasi dan berpikir kreatif menjadi kunci utama untuk bertahan di tengah persaingan pasar yang dinamis.

<https://e.journal.titannusa.org/index.php/jaim>

Wirausahawan pemula sering menghadapi tantangan seperti keterbatasan pengalaman, sumber daya, dan akses ke informasi yang relevan (Agustino et al., 2024). Dalam situasi ini, AI menawarkan solusi dengan memberikan alat yang dapat membantu mereka untuk berpikir lebih strategis dan kreatif (Arisanti et al., 2024). Sebagai contoh, AI dapat mempermudah analisis pasar, memberikan rekomendasi berdasarkan data konsumen, hingga menghasilkan ide-ide baru melalui alat berbasis kecerdasan buatan seperti *generator* konten dan *platform* otomatisasi bisnis.

Kreativitas adalah elemen krusial dalam proses wirausaha, terutama untuk menemukan solusi baru terhadap masalah yang kompleks dan menciptakan produk atau layanan yang unik (Okpara, 2007). Namun, kreativitas sering kali dipersepsikan sebagai kemampuan bawaan, sehingga tidak sedikit wirausahawan pemula merasa kurang percaya diri dalam mengembangkan ide-ide inovatif. Dalam konteks ini, AI berperan sebagai "mitra" yang dapat memperkaya proses kreatif, memberikan inspirasi, dan membantu wirausahawan melihat peluang yang mungkin terlewatkan.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menunjukkan bagaimana AI dapat berkontribusi pada inovasi dan pengambilan keputusan di sektor bisnis (Hidayat et al., 2024; Suwandita et al., 2023). Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji dampak AI terhadap kreativitas wirausahawan pemula masih relatif terbatas. Hal ini penting untuk dijelajahi lebih lanjut mengingat kebutuhan wirausahawan pemula untuk mengatasi keterbatasan mereka dengan memanfaatkan teknologi canggih. Selain itu, pemahaman mendalam tentang hubungan antara AI dan kreativitas dapat membantu menciptakan pendekatan yang lebih efektif dalam pelatihan dan pengembangan wirausaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan utama: sejauh mana AI berkontribusi dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula? Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggali pengalaman langsung wirausahawan pemula yang telah memanfaatkan AI dalam aktivitas bisnis mereka. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana AI digunakan untuk menghasilkan ide-ide kreatif, memecahkan masalah, dan menciptakan nilai tambah dalam bisnis.

Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi kendala yang dihadapi oleh wirausahawan pemula dalam mengadopsi teknologi AI. Tidak semua wirausahawan memiliki akses yang sama terhadap teknologi, baik karena keterbatasan biaya, infrastruktur, maupun literasi digital. Oleh karena itu, penelitian ini juga menyoroti pentingnya ekosistem pendukung, seperti pelatihan teknologi dan dukungan kebijakan, untuk meningkatkan efektivitas penggunaan AI dalam wirausaha.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam memahami hubungan antara AI dan kreativitas wirausahawan pemula. Secara teoritis, penelitian ini menambah literatur terkait peran teknologi dalam proses kreatif. Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi panduan bagi wirausahawan, pelaku industri, dan pembuat kebijakan dalam memanfaatkan AI untuk mendorong inovasi di sektor wirausaha.

2. METHOD

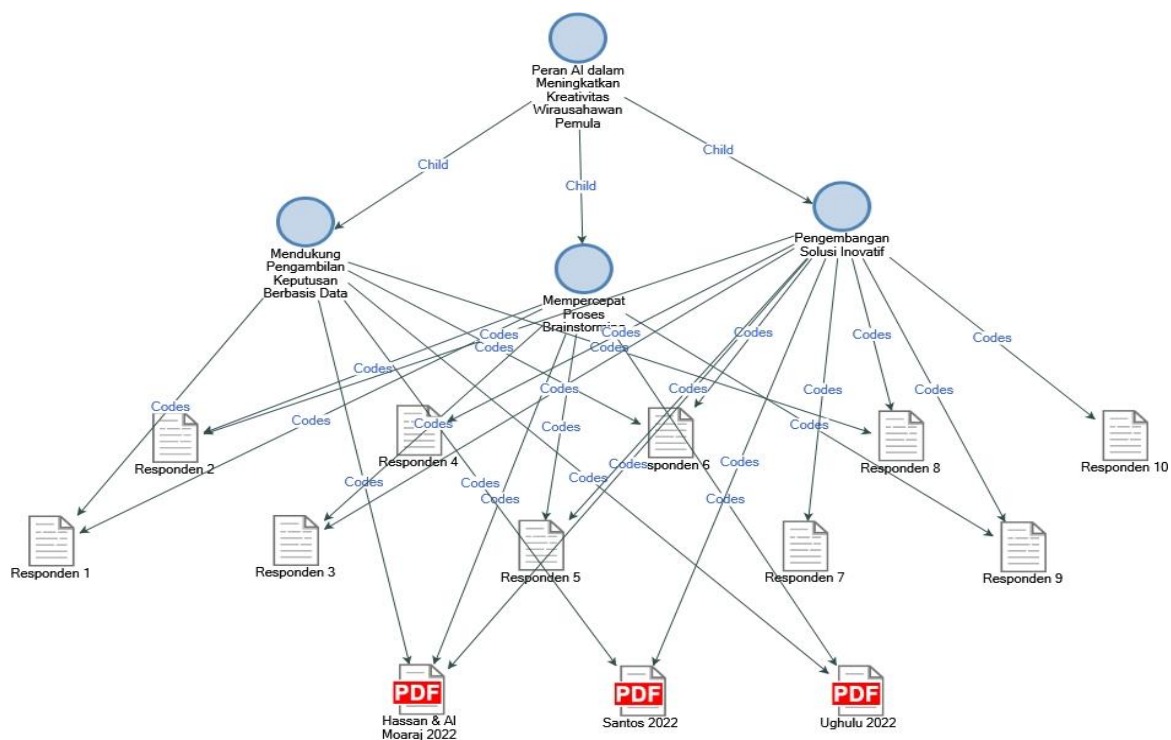
Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam peran AI dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula. Data utama dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan 10 wirausahawan pemula yang telah menggunakan teknologi berbasis AI dalam aktivitas bisnis mereka. Responden dipilih secara *purposive sampling* untuk memastikan mereka memiliki pengalaman langsung dalam menerapkan AI dalam proses kreatif mereka, seperti penciptaan ide bisnis, strategi pemasaran, dan pengembangan produk. Wawancara dilakukan secara langsung dan *virtual*, dengan setiap sesi berlangsung selama 45-60 menit.

Untuk analisis data, penelitian ini memanfaatkan perangkat lunak NVivo, yang memungkinkan pengorganisasian dan analisis data kualitatif secara sistematis. Transkrip

wawancara diimpor ke dalam NVivo untuk proses pengkodean dan pengelompokan tema-tema utama yang relevan, seperti dampak AI pada brainstorming, pengambilan keputusan, dan inovasi produk. Analisis tematik dari Braun & Clarke (2024) digunakan untuk mengidentifikasi pola-pola utama yang muncul dari data. Validitas dan reliabilitas data dijaga melalui triangulasi, yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan dokumen pendukung, seperti artikel atau penelitian terdahulu yang relevan. Pendekatan ini memastikan bahwa temuan penelitian didasarkan pada data yang kuat dan mendalam.

3. RESULT AND DISCUSSION

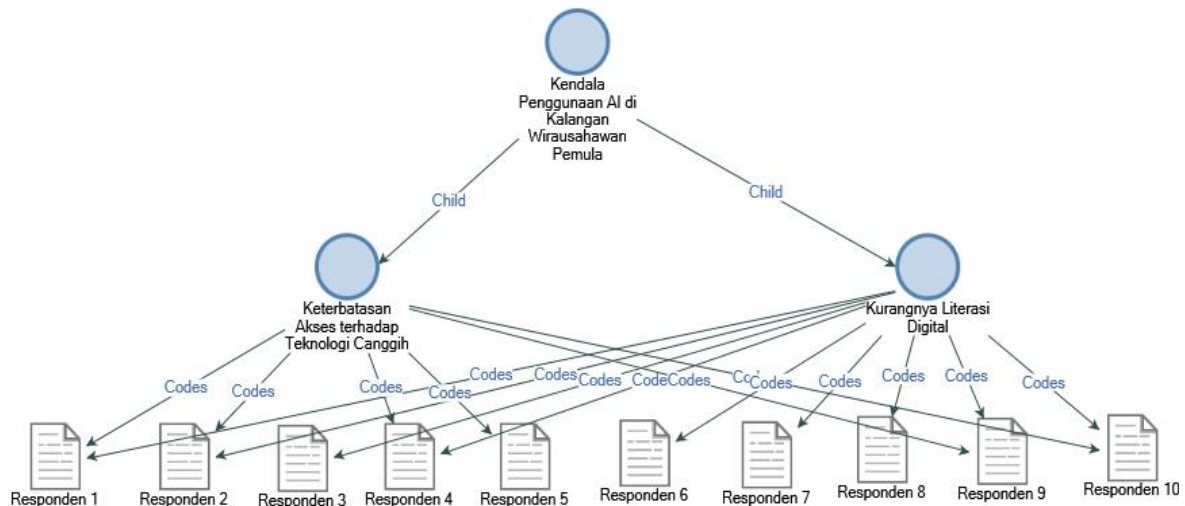
Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Artificial Intelligence* (AI) memainkan peran signifikan dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula. Berdasarkan analisis data menggunakan NVivo, tema-tema utama yang teridentifikasi mencakup percepatan proses brainstorming, dukungan pengambilan keputusan berbasis data, dan pengembangan solusi inovatif. Tema-tema tersebut merupakan bentuk peran AI dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula yang di mana ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu seperti dari Hassan & Al Moaraj (2022), Santos (2022), dan Ughulu (2022). Peran AI dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula tersebut diilustrasikan pada gambar berikut:



Gambar 1. Visualisasi temuan penelitian tentang peran AI dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula

Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa AI membantu mereka dalam menghasilkan ide-ide baru dengan lebih cepat melalui alat seperti generator ide bisnis, analisis tren pasar, dan rekomendasi produk berdasarkan data konsumen. Responden juga menyebutkan bahwa fitur prediktif dan analisis yang ditawarkan oleh teknologi AI membantu mereka memahami kebutuhan pasar secara lebih mendalam dan akurat, sehingga mampu menciptakan strategi pemasaran yang lebih relevan.

Namun, beberapa tantangan seperti keterbatasan akses terhadap teknologi canggih dan kurangnya literasi digital di kalangan wirausahawan pemula juga ditemukan. Hal ini diilustrasikan pada gambar temuan penelitian berikut:



Gambar 2. Visualisasi temuan penelitian tentang kendala dalam penggunaan AI yang menghambat kreativitas wirausahawan pemula

Wirausahawan pemula lebih dominan merasa kesulitan dalam memahami penggunaan alat AI yang kompleks dan memerlukan pelatihan khusus. Literasi digital yang rendah serta biaya untuk mengakses platform AI canggih menjadi hambatan utama bagi sebagian responden. Meski demikian, mereka sepakat bahwa manfaat AI jauh lebih besar dibandingkan tantangannya, terutama dalam mendukung kreativitas dan efisiensi operasional bisnis. Hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa AI bukan hanya alat untuk meningkatkan produktivitas, tetapi juga dapat menjadi katalis utama dalam pengembangan inovasi wirausaha. Diskusi lebih lanjut menekankan pentingnya kolaborasi antara penyedia teknologi, institusi pelatihan, dan wirausahawan untuk meningkatkan aksesibilitas serta pemahaman terkait pemanfaatan AI.

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan AI memberikan dampak signifikan pada kreativitas wirausahawan pemula. Salah satu temuan utama adalah peran AI dalam mempercepat proses *brainstorming*. Sebagian besar responden menyebutkan bahwa alat berbasis AI, seperti generator ide bisnis dan analisis tren pasar, membantu mereka menghasilkan ide-ide inovatif dengan lebih cepat dan relevan. Temuan ini sejalan dengan teori kreativitas Guilford (1967), yang menyebutkan bahwa kreativitas mencakup pemikiran divergen, yaitu kemampuan untuk menghasilkan berbagai solusi terhadap sebuah permasalahan. Dalam konteks ini, AI berfungsi sebagai katalis yang memperluas kapasitas pemikiran divergen para wirausahawan dengan menyediakan wawasan berbasis data secara instan.

Selanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa AI meningkatkan kemampuan pengambilan keputusan berbasis data. Teknologi AI yang digunakan oleh responden, seperti analisis prediktif dan pemetaan kebutuhan pasar, membantu mereka membuat keputusan bisnis yang lebih terinformasi dan strategis. Temuan ini mendukung pandangan Simon (2000) dalam teori *bounded rationality*, yang menyatakan bahwa manusia memiliki keterbatasan dalam memproses informasi. Dengan bantuan AI, wirausahawan dapat melampaui keterbatasan ini dan memperoleh rekomendasi yang berbasis data besar (*big data*), sehingga proses pengambilan keputusan menjadi lebih efektif dan efisien.

Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa AI membantu wirausahawan pemula dalam menciptakan solusi inovatif untuk tantangan bisnis. Contohnya, beberapa responden menggunakan teknologi AI untuk mendesain produk berbasis preferensi konsumen dan

mengembangkan strategi pemasaran personalisasi. Temuan ini konsisten dengan teori inovasi Schumpeter, yang menyatakan bahwa inovasi adalah kunci utama dalam kewirausahaan dan mencakup kombinasi baru dari sumber daya yang ada (Ziemnowicz, 2020). AI memungkinkan wirausahawan untuk mengeksplorasi berbagai kombinasi baru dalam bisnis mereka, yang berujung pada terciptanya nilai tambah bagi konsumen.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan dalam adopsi teknologi AI, seperti kurangnya literasi digital dan biaya tinggi untuk mengakses teknologi canggih. Kendala ini mengingatkan pada teori teknologi Rogers tentang Diffusion of Innovation, yang menjelaskan bahwa adopsi teknologi sering kali dipengaruhi oleh faktor seperti kompleksitas dan aksesibilitas (Miller, 2018). Wirausahawan pemula yang memiliki keterbatasan sumber daya lebih sulit untuk mengintegrasikan teknologi ini ke dalam bisnis mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan kolaboratif antara penyedia teknologi, institusi pendidikan, dan pemerintah untuk mengatasi kendala tersebut dan meningkatkan inklusi teknologi dalam wirausaha pemula.

4. CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa AI berperan penting dalam meningkatkan kreativitas wirausahawan pemula. AI membantu mempercepat proses brainstorming, meningkatkan pengambilan keputusan berbasis data, dan mendukung pengembangan solusi inovatif untuk tantangan bisnis. Wirausahawan pemula yang memanfaatkan teknologi AI mampu menghasilkan ide-ide yang lebih segar dan relevan serta membuat keputusan strategis yang lebih terinformasi. Dengan demikian, AI tidak hanya menjadi alat pendukung teknis tetapi juga katalis utama dalam mendorong inovasi dan kreativitas dalam kewirausahaan.

Namun, penelitian ini juga menemukan adanya hambatan dalam adopsi teknologi AI, seperti keterbatasan literasi digital dan akses terhadap teknologi canggih. Oleh karena itu, upaya kolaboratif antara penyedia teknologi, lembaga pendidikan, dan pemerintah sangat diperlukan untuk meningkatkan aksesibilitas dan pemahaman wirausahawan terhadap teknologi AI. Dengan mengatasi tantangan ini, potensi penuh AI dalam mendukung kreativitas dan pertumbuhan bisnis wirausahawan pemula dapat tercapai secara optimal. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi pemangku kepentingan untuk mendorong inovasi berbasis teknologi dalam ekosistem kewirausahaan.

REFERENCE

- Agustino, L., Ridhoni, M., & Nawawi, M. (2024). Pengaruh Pelatihan Digital Marketing terhadap Kebutuhan dan Tantangan Implementasi di Kalangan Wirausaha Muda Pemula di Banjarmasin. *Kindai*, 20(3), 261-277.
- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1).
- Arisanti, I., Rasmita, R., Kasim, M., Mardikawati, B., & Murthada, M. (2024). Peran Aplikasi Artificial Intelligences Ai Dalam Mengembangkan Dan Meningkatkan Kompetensi Profesional Dan Kreatifitas Pendidik Di Era Cybernetics 4.0. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(1), 5195-5205.
- Braun, V., & Clarke, V. (2024). Thematic analysis. In *Encyclopedia of quality of life and well-being research* (pp. 7187-7193). Cham: Springer International Publishing.
- Guilford, J. P. (1967). Creativity: Yesterday, today and tomorrow. *The Journal of Creative Behavior*, 1(1), 3-14.
- Hassan, A., & Al Moaraj, A. M. H. A. (2022). The role of Artificial Intelligence in entrepreneurship. In *Artificial Intelligence for Sustainable Finance and Sustainable Technology: Proceedings of ICGER 2021 1* (pp. 530-542). Springer International Publishing.

- Hidayat, R., Kusumasari, I. R., Sophia, Z. A., & Puspita, D. R. (2024). Peran Teknologi AI dalam Mengoptimalkan Pengambilan Keputusan dalam Pengembangan Bisnis. *Sosial Simbios: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(4), 167-178.
- Marpaung, S. F., Siregar, H. Z., Abdillah, F., Fadilla, H., & Manurung, M. A. P. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 6111-6122.
- Miller, R. L. (2018). Rogers' innovation diffusion theory (1962, 1995). In *Technology adoption and social issues: Concepts, methodologies, tools, and applications* (pp. 1558-1571). IGI Global.
- Okpara, F. O. (2007). The value of creativity and innovation in entrepreneurship. *Journal of Asia entrepreneurship and sustainability*, 3(2), 1.
- Santos, A. R. (2022). The Importance of Artificial Intelligence in Start-up, Automation, and Scalation of Business for Entrepreneurs. *International Journal of Applied Engineering & Technology*, 4(3), 1-5.
- Simon, H. A. (2000). Bounded rationality in social science: Today and tomorrow. *Mind & Society*, 1, 25-39.
- Suwandita, A. D., Pijasari, V., Prasetyowati, A. E. D., & Anshori, M. I. (2023). Analisis Data Human Resources Untuk Pengambilan Keputusan: Penggunaan Analisis Data Dan Artificial Intelligence (AI) Dalam Meramalkan Tren Sumber Daya Manusia, Pengelolaan Talenta, Dan Rentensi Karyawan. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(4), 97-111.
- Ughulu, P. D. (2022). The role of Artificial intelligence (AI) in Starting, automating and scaling businesses for Entrepreneurs. *ScienceOpen Preprints*.
- Ziemnowicz, C. (2020). Joseph A. Schumpeter and innovation. In *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship* (pp. 1517-1522). Cham: Springer International Publishing.