

BAB I

PENDAHULUAN

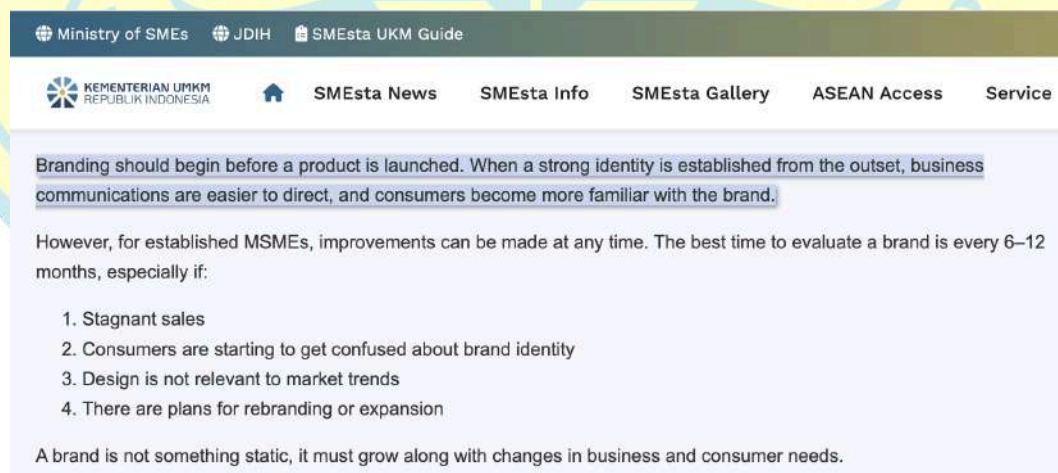
1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan digitalisasi di Indonesia mendorong usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk semakin banyak menggunakan teknologi dalam pengembangan bisnis mereka. Pada Gambar 1.1, di tahun 2025 Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menyatakan bahwa *Artificial Intelligence* (AI) kini menjadi alat esensial yang penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. AI dapat membantu pengambilan keputusan secara lebih efisien dan akurat. Namun, meskipun peluang pemanfaatan AI semakin besar, kesiapan UMKM dalam memahami dan menerapkan teknologi ini masih sangat beragam.



Gambar 1.1 AI Buka Peluang Bagi UMKM Agar Lebih Kompetitif
(Sumber: komdigi.go.id, 2025)

Dalam konteks UMKM di Indonesia, kemampuan menjaga identitas *bisnis* yang kuat menjadi faktor penting untuk mempertahankan daya saing di pasar digital. Namun demikian, UMKM yang sudah berjalan tetap membutuhkan evaluasi usaha secara berkala. Menurut KemenKop UKM RI (2025), waktu ideal untuk melakukan evaluasi sebuah usaha adalah setiap enam hingga duabelas bulan, terutama ketika UMKM menghadapi kondisi seperti penjualan stagnan, kebingungan konsumen terhadap identitas *bisnis*, desain yang tidak relevan dengan tren pasar, atau adanya rencana *rebranding* maupun ekspansi. Menurut pandangan peneliti, informasi ini menunjukkan bahwa evaluasi usaha bukan hanya aktivitas pelengkap, tetapi sebuah kebutuhan strategis untuk memastikan bahwa bisnis UMKM tetap konsisten, relevan, dan mampu bersaing di pasar yang terus berkembang. Dengan meningkatnya kompleksitas perilaku konsumen digital dan tingginya penetrasi *platform online*, kebutuhan UMKM untuk melakukan evaluasi usaha yang terukur semakin mendesak.



Gambar 1.2 Pentingnya UMKM untuk Melakukan Evaluasi Usaha

(Sumber: smesta.umkm.go.id, 2025)

Sejalan dengan kebutuhan evaluasi usaha tersebut, pemanfaatan AI dan digitalisasi dapat menjadi solusi yang relevan bagi pelaku UMKM dalam melakukan analisis usaha secara lebih efektif dan berbasis data. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan operasional bisnis melalui pemanfaatan teknologi, sementara AI mampu membantu dalam pengolahan data, pengenalan pola, serta penyusunan prediksi yang mendukung pengambilan keputusan. Dalam praktiknya, teknologi ini dapat digunakan untuk menganalisis perilaku pelanggan, mengidentifikasi tren pasar, mengevaluasi kinerja pemasaran, hingga memahami posisi usaha dibandingkan kompetitor.

Selain itu, AI juga memungkinkan UMKM untuk memperoleh insight yang lebih mendalam terkait performa usaha, seperti efektivitas strategi pemasaran, tingkat keterlibatan pelanggan, serta peluang pengembangan produk. Kemampuan ini menjadikan proses evaluasi usaha tidak lagi bergantung pada intuisi semata, melainkan didukung oleh data yang lebih objektif dan terukur. Dengan demikian, pemanfaatan AI secara tidak langsung telah mencakup berbagai aspek dalam evaluasi usaha, mulai dari analisis internal hingga pemahaman kondisi pasar. Namun demikian, meskipun AI menawarkan berbagai manfaat dalam mendukung evaluasi usaha, tidak semua pelaku UMKM mampu memanfaatkan teknologi ini secara optimal. Keterbatasan pemahaman, kesiapan individu, serta kesesuaian antara kebutuhan tugas dan kemampuan teknologi menjadi tantangan yang masih dihadapi dalam proses adopsi AI (BINUS Online Learning, 2024). Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang

memengaruhi kesesuaian antara teknologi dan kebutuhan evaluasi usaha, sehingga pemanfaatan AI dapat memberikan hasil yang maksimal bagi pelaku UMKM.



Gambar 1.3 Pemanfaatan AI untuk Evaluasi Usaha UMKM

(Sumber: onlinebinus.ac.id, 2022)

Untuk mendukung fenomena akan kebutuhan UMKM dalam melakukan evaluasi usaha pada bisnisnya menggunakan AI, peneliti melakukan pra-survei kepada beberapa pelaku UMKM terkait proses tersebut. Pada Gambar 1.5, hasil pra-survei menunjukkan bahwa para responden merasa membutuhkan solusi yang cepat untuk memenuhi kebutuhan evaluasi usaha mereka, kapan pun dan di mana pun. Namun, mereka belum memiliki metode yang efektif untuk memahami kondisi bisnis mereka sendiri. Banyak responden mengaku kebingungan mengenai langkah awal yang harus dilakukan untuk memperbaiki usaha pelaku UMKM. Mereka sering mencari referensi dari berbagai sumber dan bergantung pada diskusi dengan teman atau rekan kerja hanya untuk memastikan apakah arah bisnis mereka sudah tepat. Situasi ini menunjukkan bahwa *task characteristics*

dari evaluasi usaha bersifat kompleks dan membutuhkan informasi yang terstruktur, interaksi, kolaborasi, serta panduan strategi yang jelas.

Apa tantangan yang Anda hadapi saat menjalankan tugas-tugas terkait evaluasi usaha Anda? ▾

Kadang kebutuhan evaluasi usaha muncul mendadak, tapi saya nggak punya cara cepat buat tahu kondisi brand saya sendiri. Jadi sering tebak-tebakan aja apa yang harus diperbaiki.

Saya sering bingung harus mulai dari mana waktu mau merapikan brand.

Kalau mau ngerjain evaluasi usaha, saya harus cari info ke banyak tempat dan malah makin bingung, ayak butuh evaluasi yg lebih rapi dan ringkas biar nggak kemana-mana.

Biasanya saya harus diskusi sama beberapa orang untuk ngecek apakah brand saya udah oke atau belum.

Agak makan waktu sih kalau mikirin soal evaluasi usaha bisnis, kadang pas lagi nggak sempat mikir panjang. Butuh cara cepat buat ngecek kondisi brand tanpa ribet.

Yang susah itu nentuin apa langkah selanjutnya buat ningkatin evaluasi usaha sih

sering harus tanya teman atau partner tentang kualitas brand saya, karena nggak punya benchmark, kalau cba benchmarking brand lain takutnya terlalu mirip atau bisa dibilang plagiat

Kadang suka ngerasa evaluasi usaha itu agak ribet

butuh pandangan dari luar soal kondisi brand saya, tapi nggak tau harus tanya ke siapa, kalau tanya GPT biasanya agak general

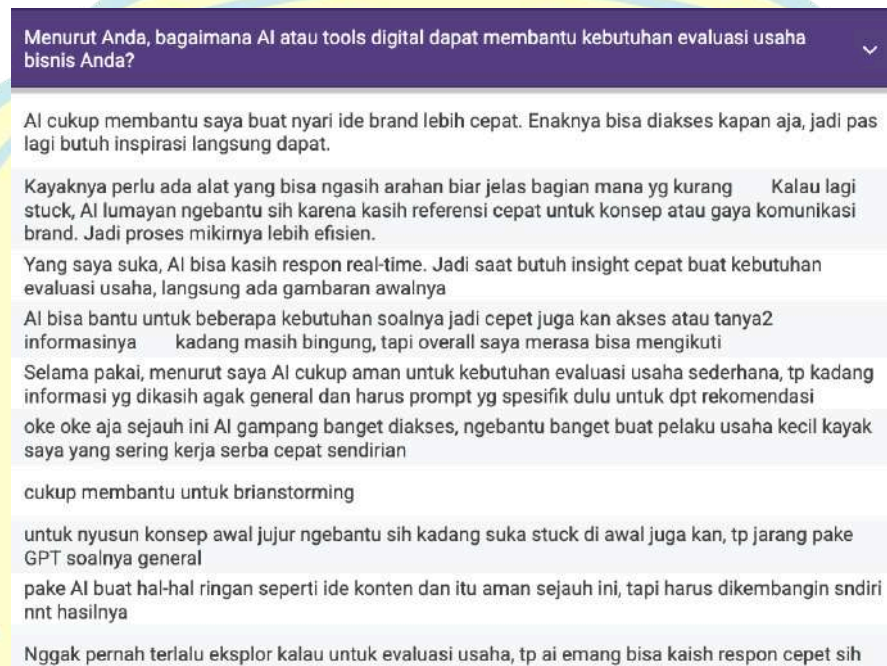
Untuk evaluasi usaha emang butuh banyak diskusi, susahny kalo mulai bisnis sendirian jd nggak ada orang untuk ditanya jadi cuma rely informasi yg ada diinternet

Gambar 1.4 Hasil Pra-survei Pada Pelaku UMKM Mengenai Tantangan dan Kebutuhan Tugas terkait Evaluasi Usaha

(Sumber dikelola peneliti, 2025)

Selain menggambarkan karakteristik tugas pada evaluasi usaha, peneliti juga melakukan pra-survei untuk memahami bagaimana pelaku UMKM memandang peran AI sebagai teknologi yang dapat membantu pekerjaan mereka. Pada Gambar 1.6, sebagian besar responden menyatakan bahwa AI dapat mudah diakses kapan saja, memberikan respon secara *real-time*, dan mampu menghasilkan ide awal dengan cepat sehingga proses berpikir menjadi lebih efisien. Beberapa responden juga menyebutkan bahwa AI cukup aman untuk digunakan dalam proses evaluasi usaha mereka, meskipun informasi yang dihasilkan masih cenderung umum dan sering kali memerlukan penyempurnaan lebih lanjut. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM umumnya memiliki

pandangan positif terhadap kapabilitas teknologi AI, khususnya terkait aspek aksesibilitas, kecepatan, kemudahan penggunaan, dan keamanan, yang membuat teknologi ini tampak mampu memenuhi berbagai kebutuhan evaluasi usaha mereka.



Gambar 1.5 Hasil Pra-survei Pada Pelaku UMKM Mengenai Penggunaan AI untuk Membantu Kebutuhan Evaluasi Usaha
(Sumber dikelola peneliti, 2025)

Pra-survei juga dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kenyamanan dan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam menggunakan teknologi baru, khususnya AI, untuk kebutuhan evaluasi usaha mereka. Pada Gambar 1.7, hasil pra-survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden cukup menerima teknologi dengan baik. Banyak peserta merasa nyaman dan percaya diri dalam menggunakan AI, meskipun mereka mengaku perlu beradaptasi secara bertahap. Responden lain menyatakan bahwa pengalaman mereka sebelumnya dengan berbagai alat digital membuat mereka lebih percaya diri. Para responden menilai AI mudah dipahami

selama antarmukanya sederhana dan langkah-langkah penggunaannya jelas. Walaupun sebagian masih merasa ragu menentukan fitur mana yang paling sesuai untuk kebutuhan evaluasi usaha mereka, mayoritas menganggap diri mereka mampu mengikuti perkembangan teknologi baru. Temuan dari pra-survei ini menunjukkan bahwa karakteristik individu (*individual characteristics*) pelaku UMKM, seperti kepercayaan diri, kemauan untuk mengeksplorasi, dan kenyamanan dalam menggunakan teknologi mendukung potensi adopsi teknologi AI di masa mendatang.

Bagaimana tingkat kenyamanan dan kepercayaan diri Anda dalam menggunakan teknologi baru, khususnya AI, untuk mendukung kebutuhan evaluasi usaha bisnis Anda? ▾

cukup nyaman menggunakan AI, walaupun masih harus belajar sedikit-sedikit

Dulu agak ragu, tapi setelah coba beberapa tools digital saya jadi lebih pede. Ternyata AI bisa bantu banyak hal tanpa harus ahli evaluasi usaha

Saya lumayan nyaman pakai teknologi baru. Asal tampilannya jelas dan nggak ribet, saya yakin bisa pakai AI buat bantu evaluasi usaha lbh jauh lg nanti

Buat kebutuhan saya yang simpel, teknologi yang ada udah lumayan.

Lumayan nyaman kok. Selama fiturnya jelas dan stepnya runtut, saya ga masalah belajar AI buat kebutuhan brand. Kalau untuk ide dan insight awal, udah pas banget.

Saya tuh bukan orang ngerti banget, tapi ternyata AI tools itu gampang dipake

cukup percaya diri karena memang suka eksplor teknologi baru

percaya diri, cuma kadang nggak tau fitur mana yang paling tepat buat bisnis saya.

awalnya ragu pake AI karena takut infonya ga valid, tp skrg udh mulai nyaman karena hasilnya cukup membantu. Tinggal biasain aja

Cukup nyaman dan percaya diri karena AI rasanya lebih gampang menentukan arah brand setelah lihat insight dari AI

Gambar 1.6 Hasil Pra-survei Pada Pelaku UMKM Mengenai Kenyamanan dan Kepercayaan Diri Dalam Menggunakan AI

(Sumber dikelola peneliti, 2025)

Hasil pra-survei selanjutnya mengenai karakteristik sosial dimana responden mengungkapkan bahwa pilihan mereka dipengaruhi oleh berbagai sumber sosial di sekitar mereka, seperti sesama pelaku UMKM, komunitas bisnis,

rekan kerja, dan bahkan anggota keluarga. Dorongan sosial ini terlihat dari adanya rekomendasi, berbagi pengalaman, penunjukan contoh hasil pekerjaan, hingga ajakan langsung untuk mencoba teknologi AI. Beberapa responden menyampaikan bahwa ketertarikan mereka pada penggunaan AI muncul ketika mereka melihat teman atau rekan bisnis menggunakan teknologi tersebut secara efektif untuk meningkatkan kualitas konten, mempercepat pekerjaan, atau menyederhanakan proses evaluasi usaha. Selain itu, keterlibatan dalam komunitas daring seperti grup Facebook, serta konsumsi konten edukatif di Instagram dan TikTok, membuat mereka memandang AI sebagai alat yang mudah digunakan, relevan, dan sudah lazim diterapkan dalam praktik bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa norma sosial dan interaksi dalam komunitas memengaruhi persepsi terhadap kegunaan teknologi baru, sekaligus meningkatkan kepercayaan diri pengguna untuk mencobanya. Pengaruh dari keluarga juga muncul sebagai salah satu faktor dalam karakteristik sosial. Beberapa responden mengaku bahwa mereka pertama kali mengenal AI dari anak atau kerabat mereka yang tidak hanya memberi informasi, tetapi juga menunjukkan contoh manfaatnya, seperti kurasi konten atau bantuan dalam tugas pemasaran. Temuan ini menjadi bukti bahwa karakteristik sosial berupa lingkungan yang memberi dukungan dan dorongan untuk menggunakan teknologi ini juga berperan dalam memicu ketertarikan awal terhadap penggunaan teknologi AI.

Apakah orang-orang di sekitar Anda (teman, komunitas bisnis, atau pelaku UMKM lain) memengaruhi Anda dalam mempertimbangkan penggunaan teknologi seperti AI untuk membantu evaluasi usaha Anda? Jelaskan pendapat Anda.

Banyak teman sesama pelaku UMKM yang cerita kalau AI itu ngebantu banget buat marketing, evaluasi usaha, dan gratis juga, jadi saya ikut kepikiran buat coba pake

Saya ada join komunitas di facebook, mereka suka kasih share cara pake AI buat bisnis gini

Rekomendasi dari keluarga sih yang ada, skrg udah banyak video ai bisa dipake buat banyak hal jd gaperlu rekrut-rekrut orang atau keluar biaya lebih

Iya banyak sih temen-temen yg rekomendasiin dan emang kepake

Karena saya jualan online juga untuk aset-aset yg dipasang di gofood gitu-gitu juga karena dikasih tau temen kalau ternyata bisa pake untuk marketing dan evaluasi usaha

beberapa teman pernah kasih contoh hasil kerja evaluasi usahaan mereka yang dibantu AI, dari situ saya jadi penasaran dan nyobain

Iya sebetulny karena di instagram, tiktok, temen-temen saya juga kalo evaluasi usaha atau post-post gitu juga pake AI

Dari temen udah banyak yg pake, tertarik untuk coba soalnya gratis, terus cepet juga kalau mikirin soal konsep atau evaluasi usaha

Rekan bisnis yang pertama kali kasih tau kalau AI bisa dibuat untul hal gini-ginian

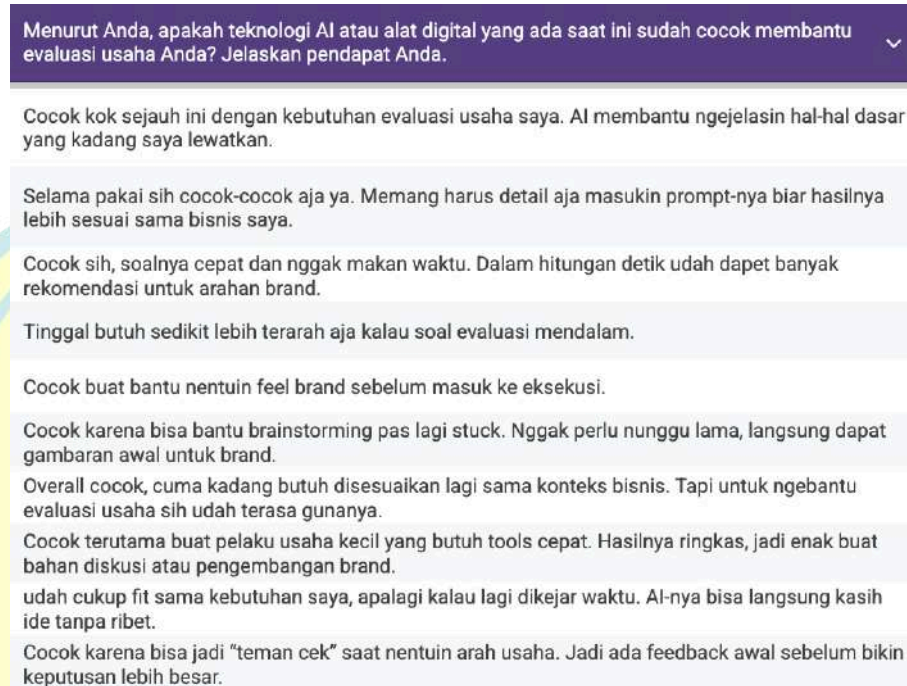
Iya dari istri saya yg kasih tau biar di akun sosmed nggak berantakan, katanya biar lbh rapi

Gambar 1.7 Hasil Pra-survei Pada Pelaku UMKM Mengenai Dukungan dan Dorongan Sosial Untuk Menggunakan AI

(Sumber dikelola peneliti, 2025)

Poin lain yang diperoleh dari hasil pra-survei adalah bagaimana pelaku UMKM memandang *technology-task fit*, yaitu kesesuaian antara teknologi yang mereka gunakan dengan proses evaluasi usaha yang harus mereka selesaikan. Pada Gambar 1.9, mayoritas responden menilai bahwa AI dan alat digital sudah cukup sesuai untuk membantu kebutuhan dasar evaluasi usaha, terutama karena teknologi tersebut dapat memberikan ide awal, referensi cepat, dan rekomendasi instan yang dapat dijadikan titik awal sebelum pengambilan keputusan yang lebih besar dilakukan. Banyak responden menilai bahwa teknologi ini membantu mereka ketika mengalami kebuntuan dalam *brainstorming*, memberikan *insight* cepat, serta dapat diakses kapan saja saat dibutuhkan. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kesesuaian antara teknologi dan tugas dari alat digital yang tersedia saat ini berada pada level yang cukup baik untuk memberikan dukungan ide awal.

Dengan demikian, teknologi tersebut membantu memenuhi kebutuhan strategis analisis usaha bagi UMKM secara lebih terstruktur.



Gambar 1.8 Hasil Pra-survei Pada Pelaku UMKM Mengenai Kecocokan Teknologi AI Dengan Kebutuhan Evaluasi Usaha

(Sumber dikelola peneliti, 2025)

Terakhir, hasil pra-survei pada Gambar 1.10 juga menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki niat yang tinggi untuk menggunakan teknologi evaluasi usaha menggunakan AI apabila teknologi tersebut tersedia dalam format yang mudah digunakan dan mampu memberikan hasil evaluasi yang jelas. Banyak responden menyatakan bahwa mereka tertarik mencobanya karena pengalaman sebelumnya menggunakan AI telah membantu memberikan perspektif baru, ide segar, dan *insight* tambahan yang bermanfaat dalam proses evaluasi usaha. Para responden juga mengungkapkan bahwa mereka bersedia menggunakan teknologi seperti ini karena dinilai tidak berisiko, praktis, dan berpotensi memberikan gambaran ringkas mengenai kondisi usaha mereka. Minat

ini bahkan semakin kuat karena rasa ingin tahu terhadap hasil evaluasi AI atau keyakinan bahwa rekomendasi berbasis data dapat membantu mereka mengambil keputusan setelah evaluasi usaha dengan lebih percaya diri. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa minat terhadap penggunaan teknologi AI di kalangan UMKM relatif tinggi. Dengan demikian, teknologi evaluasi usaha berbasis AI memiliki potensi adopsi yang besar apabila mampu menyediakan manfaat yang relevan dan mudah dipahami.

Bagaimana niat Anda untuk menggunakan platform evaluasi usaha anda berbasis AI yang bisa memberikan insight pasar, analisis target pasar, dan rekomendasi langkah-langkah dalam evaluasi usaha Anda? Mohon jelaskan alasan Anda. ▾

Tertarik mencoba, soalnya AI sejauh ini cukup membantu kasih sudut pandang baru buat evaluasi usaha. Jadi kalau ada platform asesmen seperti ini, kayaknya worth it banget buat dicoba toh juga gratis dan mudah.

Niat untuk pakai ada, apalagi kalau hasilnya bisa bantu ngerti kondisi brand lebih jelas. Tools yang kasih insight cepat selalu kepakai buat UMKM kalau menuet saya

Kayaknya bakal dicoba sih, karena AI biasanya bisa kasih ide dan evaluasi yang nggak kepikiran sebelumnya

Untuk kebutuhan evaluasi usaha, lumayan menjanjikan sih untuk dipakai.

Penasaran juga gimana hasil asesmennya, jadi kemungkinan besar bakal nyoba

nggak ada ruginya pakai alat yang bisa kasih insight tambahan soal brand, kadang suka pake macem-macem AI juga ga cuma 1

Kalau memang mudah dipakai dan hasilnya akurat, pasti kepikiran buat pakai terus.

Ada niat untuk pakai, terutama kalau evaluasinya bisa dipahami

kemungkinan besar bakal dicoba

Kalau platform nya bisa kasih gambaran ringkas dan jelas tentang kondisi brand, pasti bakal digunakan

Gambar 1.9 Hasil Pra-survei Pada Pelaku UMKM Mengenai Minat Untuk Menggunakan Teknologi AI untuk Evaluasi Usaha
(Sumber dikelola peneliti, 2025)

Penelitian ini berangkat dari adanya kesenjangan dalam literatur dan praktik, di mana sebagian besar studi mengenai adopsi teknologi AI pada UMKM lebih banyak berfokus pada penggunaan AI untuk kegiatan operasional, otomasi layanan, atau pembuatan konten pemasaran. Namun, sangat sedikit penelitian yang secara khusus mengkaji niat pelaku UMKM untuk menggunakan teknologi

AI yang dirancang untuk melakukan evaluasi pada usaha pelaku UMKM, padahal kebutuhan evaluasi usaha masih menjadi salah satu tantangan UMKM di Indonesia. Minimnya kajian yang menilai niat penggunaan teknologi AI untuk evaluasi usaha menciptakan ruang penelitian yang penting untuk dieksplorasi.

Selain itu, penelitian terdahulu yang menerapkan kerangka *task-technology fit* sebagian besar berfokus pada konteks pendidikan atau organisasi formal. Misalnya, Al-Mamary *et al.* (2024) meneliti TTF dalam konteks mahasiswa dan proses pembelajaran, bukan pada pelaku UMKM yang memiliki karakteristik pekerjaan, kebutuhan, dan dinamika proses evaluasi usaha yang berbeda secara substansial. Dengan demikian, terdapat kesenjangan subjek penelitian di mana temuan-temuan TTF pada populasi akademik belum tentu dapat digeneralisasi pada konteks UMKM yang beroperasi dalam lingkungan yang lebih fleksibel, terbatas sumber daya, dan berorientasi pada pertumbuhan bisnis.

Kesenjangan lainnya terdapat pada variabel yang digunakan untuk menjelaskan niat penggunaan teknologi. Sebagian besar penelitian TTF hanya berfokus pada karakteristik tugas, teknologi, dan individu sebagai determinan *intention to use*, tanpa mempertimbangkan pengaruh faktor sosial. Dalam, hasil pra-survei dalam penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik sosial, rekomendasi teman, komunitas bisnis, serta paparan pengalaman sesama pelaku UMKM memiliki peran besar dalam mendorong ketertarikan mereka terhadap penggunaan teknologi AI. Oleh karena itu, penelitian ini menambahkan *social*

characteristics sebagai variabel penting yang belum banyak dieksplorasi dalam konteks TTF untuk menjelaskan niat penggunaan teknologi AI oleh UMKM.

Dengan mempertimbangkan kesenjangan-kesenjangan tersebut, penelitian ini mengadopsi kerangka *task-technology fit* untuk menilai sejauh mana kesesuaian antara tugas untuk mengevaluasi usaha UMKM dan kapabilitas teknologi AI yang dapat memengaruhi *intention to use* teknologi AI. Pendekatan ini memungkinkan evaluasi yang lebih komprehensif, baik dari sisi kesesuaian teknologi terhadap kebutuhan proses evaluasi usaha maupun pengaruh faktor sosial dalam mendorong adopsi teknologi baru. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai potensi adopsi teknologi AI pada UMKM di era digital.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Mengacu pada paparan persoalan yang telah disampaikan pada bagian pendahuluan, fokus persoalan dalam karya ilmiah ini kemudian diformulasikan ke dalam beberapa pertanyaan ilmiah sebagai dasar pelaksanaan pembahasan.

1. Apakah *task characteristics* memiliki pengaruh terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta?
2. Apakah *technology characteristics* memiliki pengaruh terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta?

3. Apakah *individual characteristics* memiliki pengaruh terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta?
4. Apakah *social characteristics* memiliki pengaruh terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta?
5. Apakah *task-technology fit* memiliki pengaruh terhadap *intention to use AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *task characteristics* terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh *technology characteristics* terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta
3. Untuk mengetahui pengaruh *individual characteristics* terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta
4. Untuk mengetahui pengaruh *social characteristics* terhadap *task-technology fit* dalam niat penggunaan *AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta
5. Untuk mengetahui pengaruh *task-technology fit* terhadap *intention to use AI* untuk evaluasi usaha pada pelaku UMKM di Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

Karya ilmiah ini diproyeksikan menghadirkan kontribusi, baik terhadap perkembangan konsep akademik maupun penerapan praktis mengenai pemanfaatan teknologi AI dalam mendukung proses evaluasi usaha pada pelaku UMKM. Kontribusi tersebut dipisahkan ke dalam dua dimensi utama, yakni dimensi akademik serta dimensi implementatif, sehingga manfaat yang diharapkan dapat dipahami secara lebih menyeluruh.

1.4.1 Manfaat Teoretis

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai adopsi teknologi, khususnya terkait penerapan TTF pada konteks UMKM dan dalam proses evaluasi usahanya. Selama ini, penelitian TTF lebih banyak diterapkan pada sistem informasi internal, *e-learning*, atau aplikasi produktivitas lainnya, dan belum banyak digunakan pada teknologi AI untuk melakukan evaluasi pada usaha UMKM. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakupan penerapan TTF dengan menilai bagaimana kesesuaian antara karakteristik pekerjaan evaluasi usaha dan karakteristik teknologi AI dapat memengaruhi niat penggunaan sebuah teknologi digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

1) Bagi Pelaku UMKM

Dari sisi implementasi, karya ilmiah ini diharapkan mampu memperluas pemahaman pelaku UMKM mengenai potensi AI

sebagai perangkat digital yang sanggup membantu aktivitas evaluasi usaha secara lebih sistematis, cepat, dan efisien. Pemahaman terhadap unsur-unsur yang membentuk kecenderungan seseorang dalam memanfaatkan teknologi tersebut diharapkan mendorong pelaku usaha mengenali manfaat nyata AI, bukan hanya sebagai alat bantu otomatisasi, melainkan pula sebagai sumber insight yang mampu menyajikan informasi usaha secara lebih terstruktur. Informasi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mengenali kelemahan operasional, menyempurnakan identitas visual bisnis, menyusun strategi pemasaran digital yang lebih tepat sasaran, hingga memperkuat dasar dalam menentukan berbagai keputusan strategis yang berkaitan dengan pengembangan usaha pada masa mendatang.

2) Bagi Pemerintah dan Lembaga Pendukung UMKM

Penelitian ini dapat memberikan wawasan berharga mengenai tingkat kesiapan dan minat pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi AI untuk proses evaluasi usaha. Informasi tersebut dapat menjadi dasar bagi penyusunan kebijakan, program pendampingan digital, serta pelatihan literasi digital terutama AI bagi UMKM agar transformasi digital dapat berlangsung lebih inklusif dan tepat sasaran.