



Peningkatan Literasi *Artificial Intelligence* Melalui Sosialisasi Peluang Bisnis Digital Bagi Mahasiswa

Nurul Ittaqullah^{1*}

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo, Jalan H.E.A Mokodompit Anduonohu, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, Indonesia, 93231

*Penulis Korespondensi: nurul.ittaqullah@uho.ac.id

Abstract. *Artificial Intelligence (AI) has become one of the most transformative technologies in the digital era and significantly influences business development, entrepreneurship, and workforce transformation. However, many university students still have limited understanding regarding the practical implementation of AI in digital business opportunities. This community service activity aimed to improve students' literacy and awareness regarding the utilization of Artificial Intelligence for digital entrepreneurship development. The activity was conducted through socialization sessions, interactive discussions, demonstrations of AI-based digital tools, and practical case studies related to online business opportunities. Participants consisted of undergraduate students from the Faculty of Economics and Business. The implementation method included preparation, material delivery, simple simulation, and evaluation stages. The results indicated an increase in participants' understanding of AI concepts, digital business opportunities, content creation strategies, and the ethical use of AI technology. Participants also demonstrated higher motivation to develop digital entrepreneurship initiatives utilizing AI-based platforms such as content generators, chatbot services, and digital marketing tools. This activity contributes to strengthening students' digital competencies and entrepreneurial mindset in facing the challenges of the digital economy era. Furthermore, the program is expected to encourage universities to continuously integrate AI literacy into academic and community empowerment activities.*

Keywords: *Artificial Intelligence; digital business; digital literacy; entrepreneurship; students*

Abstrak. *Artificial Intelligence (AI) menjadi salah satu teknologi yang berkembang pesat dan memberikan pengaruh signifikan terhadap perkembangan bisnis digital, kewirausahaan, dan transformasi dunia kerja. Namun, masih banyak mahasiswa yang memiliki pemahaman terbatas mengenai pemanfaatan AI dalam menciptakan peluang bisnis digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan meningkatkan literasi dan pemahaman mahasiswa mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence dalam pengembangan peluang bisnis digital. Kegiatan dilaksanakan melalui metode sosialisasi, diskusi interaktif, demonstrasi penggunaan tools berbasis AI, dan studi kasus peluang bisnis digital. Peserta kegiatan terdiri atas mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Tahapan pelaksanaan meliputi persiapan, penyampaian materi, simulasi sederhana penggunaan AI, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait konsep AI, peluang bisnis digital, strategi pembuatan konten, serta penggunaan AI secara etis dan produktif. Peserta juga menunjukkan peningkatan motivasi untuk mengembangkan usaha berbasis digital dengan memanfaatkan platform AI seperti content generator, chatbot, dan digital marketing tools. Kegiatan ini memberikan kontribusi dalam penguatan kompetensi digital dan pola pikir kewirausahaan mahasiswa dalam menghadapi era ekonomi digital. Selain itu, program ini diharapkan mampu mendorong perguruan tinggi untuk mengintegrasikan literasi AI dalam kegiatan akademik maupun pengabdian masyarakat secara berkelanjutan.*

Kata Kunci: kecerdasan buatan; bisnis digital; kewirausahaan; literasi digital; mahasiswa

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang pendidikan, bisnis, dan kewirausahaan. Salah satu inovasi teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah *Artificial Intelligence* (AI), yaitu teknologi yang memungkinkan sistem komputer meniru kemampuan berpikir manusia dalam menyelesaikan berbagai tugas secara otomatis (Russell & Norvig, 2021). Pemanfaatan AI semakin luas digunakan dalam aktivitas bisnis digital seperti pemasaran digital, analisis data konsumen, pembuatan konten, chatbot layanan pelanggan, hingga pengembangan strategi bisnis berbasis data (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Perkembangan AI juga memberikan peluang besar bagi generasi muda, khususnya mahasiswa, untuk mengembangkan kreativitas dan peluang usaha berbasis digital. Mahasiswa sebagai generasi digital native memiliki potensi besar dalam memanfaatkan teknologi AI untuk menciptakan inovasi bisnis yang adaptif terhadap perkembangan zaman (Prensky, 2001). Namun demikian, masih terdapat kesenjangan literasi AI di kalangan mahasiswa, terutama terkait pemanfaatan teknologi tersebut secara produktif, kreatif, dan etis dalam aktivitas kewirausahaan digital (Long & Magerko, 2020).

Literasi *Artificial Intelligence* tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menggunakan teknologi, tetapi juga mencakup pemahaman mengenai peluang, risiko, etika, dan dampak sosial dari penggunaan AI dalam kehidupan sehari-hari (Ng et al., 2021). Rendahnya pemahaman mahasiswa terhadap pemanfaatan AI dapat menyebabkan kurang optimalnya kesiapan mereka menghadapi transformasi ekonomi digital dan dunia kerja berbasis teknologi. Di sisi lain, perkembangan ekonomi digital di Indonesia menunjukkan tren yang positif. Pertumbuhan bisnis digital, e-commerce, social commerce, dan content creator economy membuka peluang baru bagi mahasiswa untuk membangun usaha mandiri berbasis platform digital (Kotler et al., 2021). Pemanfaatan AI dalam aktivitas bisnis digital mampu meningkatkan efisiensi, produktivitas, personalisasi pemasaran, dan pengambilan keputusan bisnis secara lebih cepat dan akurat (Davenport et al., 2020).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan literasi *Artificial Intelligence* melalui sosialisasi peluang bisnis digital bagi mahasiswa. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman mahasiswa mengenai konsep AI, peluang penerapan AI dalam bisnis digital, serta membangun motivasi kewirausahaan berbasis teknologi digital. mengembangkan ide bisnis, serta mampu memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pengembangan kewirausahaan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo pada bulan Mei 2026. Sasaran kegiatan adalah mahasiswa program studi Manajemen yang memiliki minat terhadap kewirausahaan dan bisnis digital.

Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan edukatif partisipatif melalui sosialisasi, demonstrasi, diskusi interaktif, dan simulasi penggunaan aplikasi berbasis *Artificial Intelligence*. Pendekatan partisipatif dipilih karena mampu meningkatkan keterlibatan peserta dalam proses pembelajaran dan transfer pengetahuan (Sugiyono, 2019).



Gambar 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian

Tahapan pelaksanaan kegiatan terdiri atas beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap persiapan, meliputi koordinasi tim pengabdian, penyusunan materi sosialisasi, dan persiapan media presentasi.

2. Tahap pelaksanaan sosialisasi, berupa penyampaian materi mengenai konsep dasar *Artificial Intelligence*, perkembangan bisnis digital, peluang usaha berbasis AI, dan etika penggunaan AI.
3. Tahap evaluasi dan refleksi, dilakukan melalui diskusi dan tanya jawab terkait pemahaman peserta setelah kegiatan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan secara tatap muka dengan melibatkan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Halu Oleo. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai perkembangan *Artificial Intelligence* dan dampaknya terhadap transformasi bisnis digital. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi karena materi yang disampaikan relevan dengan perkembangan teknologi yang sedang populer di kalangan generasi muda.

Pada sesi awal, tim pengabdian menjelaskan konsep dasar *Artificial Intelligence*, jenis-jenis AI, serta implementasi AI dalam kehidupan sehari-hari dan dunia bisnis. Pemahaman mengenai AI penting diberikan agar mahasiswa tidak hanya menjadi pengguna teknologi, tetapi juga mampu memanfaatkan AI secara produktif dan inovatif (Long & Magerko, 2020).

Selanjutnya, peserta diberikan materi mengenai peluang bisnis digital berbasis AI. Beberapa contoh peluang bisnis yang diperkenalkan meliputi jasa pembuatan konten digital menggunakan AI, affiliate marketing, bisnis desain digital, pengelolaan media sosial, penjualan produk digital, dan pemanfaatan chatbot dalam layanan pelanggan. Perkembangan ekonomi digital telah menciptakan peluang usaha baru dengan modal relatif kecil namun memiliki potensi pasar yang luas (Kotler et al., 2021).

Pada sesi demonstrasi, peserta diperkenalkan pada beberapa platform AI yang dapat membantu proses bisnis digital seperti AI content generator, AI chatbot, dan tools desain berbasis AI. Demonstrasi dilakukan secara langsung agar peserta memahami cara penggunaan teknologi tersebut dalam mendukung aktivitas kewirausahaan digital. Pendekatan praktik langsung terbukti membantu meningkatkan pemahaman peserta terhadap penerapan teknologi digital (Ng et al., 2021).

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mengalami peningkatan pemahaman terkait konsep AI dan peluang bisnis digital. Mahasiswa juga menunjukkan minat untuk mulai mengembangkan usaha digital sederhana berbasis media sosial dan platform online. Selain itu, peserta memahami pentingnya penggunaan AI secara etis dan bertanggung jawab dalam aktivitas akademik maupun bisnis.

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif terhadap pola pikir kewirausahaan mahasiswa. Sebelumnya, sebagian peserta memandang AI hanya sebagai teknologi kompleks yang digunakan perusahaan besar. Namun setelah mengikuti sosialisasi, peserta memahami bahwa AI dapat dimanfaatkan secara praktis untuk mendukung kreativitas, efisiensi kerja, dan pengembangan usaha mandiri berbasis digital.

Meskipun demikian, kegiatan ini masih memiliki beberapa keterbatasan, seperti keterbatasan waktu praktik dan variasi kemampuan digital peserta yang berbeda-beda. Oleh karena itu, diperlukan program lanjutan berupa pelatihan intensif dan pendampingan praktik bisnis digital berbasis AI secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai peningkatan literasi *Artificial Intelligence* melalui sosialisasi peluang bisnis digital bagi mahasiswa berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep AI, peluang bisnis digital, dan pemanfaatan teknologi AI dalam aktivitas kewirausahaan. Kegiatan ini juga mampu meningkatkan motivasi mahasiswa untuk mengembangkan usaha berbasis digital secara kreatif dan inovatif.

Pemanfaatan *Artificial Intelligence* memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk meningkatkan produktivitas, kreativitas, dan efisiensi dalam mengembangkan bisnis digital. Oleh karena itu, perguruan tinggi perlu mendukung penguatan literasi AI melalui kegiatan akademik, pelatihan, maupun program pengabdian kepada masyarakat secara berkelanjutan.

Kegiatan selanjutnya disarankan tidak hanya berfokus pada sosialisasi, tetapi juga pada pelatihan praktik dan pendampingan pengembangan bisnis digital berbasis AI agar mahasiswa memiliki pengalaman implementatif yang lebih mendalam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pimpinan fakultas, mahasiswa peserta kegiatan, serta seluruh pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan sosialisasi ini di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Halu Oleo. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh tim pelaksana kegiatan yang telah membantu proses persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan sehingga program dapat berjalan dengan baik dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Davenport, T., Guha, A., Grewal, D., & Bressgott, T. (2020). How *Artificial Intelligence* Will Change the Future of Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 24–42. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00696-0>
- Huang, M. H., & Rust, R. T. (2021). A Strategic Framework for *Artificial Intelligence* in Marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30–50. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI Literacy? Competencies and Design Considerations. *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–16. <https://doi.org/10.1145/3313831.3376727>
- Ng, D. T. K., Leung, J. K. L., Chu, S. K. W., & Qiao, M. S. (2021). AI Literacy: Definition, Teaching, Evaluation and Ethical Issues. *Proceedings of the*

Association for Information Science and Technology, 58(1), 504–509.
<https://doi.org/10.1002/pa2.487>

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.

Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial Intelligence: A Modern Approach* (4th ed.). Pearson.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social Media Marketing* (3rd ed.). Sage Publications.