



## Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) Dalam Menciptakan Peluang Usaha Digital Bagi Mahasiswa

Ade K.P. Peuma, Salviana Boybana, Maria W. J. Mali, Cristian F. Simbolon,  
Enike Tje Yustin Dima

Program Studi Manajemen, Universitas Katolik Widya Mandira, Kota Kupang,  
Indonesia

\*Penulis Korespondensi: kristinpuen@gmail.com, zalvyboybana@gmail.com, jellm262@gmail.com,  
ferryzero029@gmail.com, enikedima79@gmail.com

**Abstract.** *The rapid development of digital technology has brought about significant changes in many areas, such as entrepreneurship. AI has the potential to increase innovation and corporate efficiency, making it a crucial technology today (Jayanto & Suparwata, 2025). College students have numerous opportunities to utilize this technology. However, their digital literacy levels significantly impact their success (Khairunisa & Sabaria, 2023). Furthermore, the use of digital platforms allows young people to build businesses without significant capital, which in turn leads to economic empowerment (Maryati & Masriani, 2019). The purpose of this study is to examine how AI supports student digital entrepreneurship and identify opportunities and barriers. The method used is a literature review. The results show that AI fosters innovation. However, key challenges, such as poor digital literacy and data security risks, remain.*

**Keywords:** *Artificial Intelligence, digital entrepreneurship, students, digital technology, digital literacy*

**Abstrak.** Perkembangan pesat teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam banyak hal, seperti kewirausahaan. AI memiliki kemampuan untuk meningkatkan inovasi dan efisiensi perusahaan, menjadikannya salah satu teknologi penting saat ini (Jayanto & Suparwata, 2025). Mahasiswa memiliki banyak kesempatan untuk menggunakan teknologi ini. Namun, tingkat literasi digital sangat memengaruhi keberhasilan mereka (Khairunisa & Sabaria, 2023). Selain itu, penggunaan platform digital memungkinkan kaum muda untuk mendirikan bisnis tanpa modal yang signifikan, yang pada gilirannya menghasilkan penguatan ekonomi (Maryati & Masriani, 2019). Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana AI membantu kewirausahaan digital mahasiswa dan menemukan peluang dan hambatan. Metode yang digunakan adalah studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa AI mendorong inovasi. Namun, hambatan utama, seperti literasi digital yang buruk dan risiko keamanan data, tetap ada.

**Kata kunci:** Artificial Intelligence, kewirausahaan digital, mahasiswa, teknologi digital, literasi digital.

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir memberikan dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk sektor ekonomi dan kewirausahaan. Kehadiran internet serta berbagai platform digital telah mengubah cara masyarakat menjalankan bisnis. Jika sebelumnya aktivitas usaha lebih banyak dilakukan secara tradisional, kini beralih ke digital yang lebih fleksibel dan efisien. Perubahan ini mendorong berkembangnya konsep kewirausahaan digital, terutama di kalangan generasi muda seperti mahasiswa.

Sangat penting untuk menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa karena realitas sosiologis dan ekonomi semakin sulit untuk diatasi. Penyerapan tenaga kerja resmi di sektor resmi, baik di perusahaan swasta maupun pemerintahan, mengalami stagnasi. Banyak karyawan keluar dari perguruan tinggi setiap tahun. Karena perbedaan antara ketersediaan lapangan kerja dan jumlah lulusan sarjana, pengangguran terdidik telah meningkat. Oleh karena itu, diperlukan reposisi paradigma pendidikan tinggi yang radikal; mahasiswa tidak lagi hanya dipersiapkan sebagai pencari kerja (job seeker), melainkan harus diberdayakan sebagai pencipta lapangan kerja (job creator) yang adaptif terhadap perubahan zaman (Khairunisa & Sabaria, 2023).

Digital entrepreneurship, atau kewirausahaan digital, menawarkan solusi strategis untuk masalah ini. Dengan menggunakan ekosistem digital seperti pasar, platform media sosial, dan lainnya, mahasiswa dapat mendirikan bisnis kecil. Ini memecahkan asumsi lama bahwa memulai bisnis memerlukan kapitalisasi modal yang besar. Transformasi ini memungkinkan terciptanya pendapatan mandiri yang secara makro berkontribusi pada penguatan ketahanan ekonomi nasional melalui peran aktif generasi muda (Maryati & Masriani, 2019).

Di titik inilah, Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan hadir sebagai variable penentu yang mendisrupsi metode bisnis konvensional. AI bukan lagi sekedar entitas teoritis dalam ranah informatika, melainkan instrument praktis yang mampu meningkatkan daya saing usaha mikro di Tingkat mahasiswa. Sebagai mitra strategis, AI memiliki kapabilitas, untuk melakukan pengolahan data besar secara akurat, melakukan segmentasi pasar yang presisi, serta mengoptimalkan efisiensi operasional melalui otomatisasi layanan (Jayanto & Suparwata, 2025). Integrasi AI dalam bisnis memungkinkan mahasiswa untuk memitigasi keterbatasan pengalaman melalui pengambilan keputusan berbasis data (data-driven decision making).

Namun, memanfaatkan AI untuk kewirausahaan mahasiswa menghadapi banyak masalah, terutama berkaitan dengan tingkat literasi digital. Kemampuan untuk mengoperasikan AI secara etis dan produktif diperlukan bersamaan dengan pemahaman tentang keberadaannya. Keahlian digital seseorang terkait dengan tingkat kepercayaan diri atau efikasi diri mereka dalam memulai bisnis. Literasi digital yang rendah seringkali menjadi penghalang bagi siswa untuk mengeksplorasi potensi teknologi pintar ini.

Padahal, literasi digital yang mumpuni merupakan fondasi utama yang memungkinkan mahasiswa untuk mentransformasi algoritma menjadi solusi bisnis yang memiliki nilai tambah ekonomi (Khairunisa & Sabaria, 2023).

Berdasarkan latar belakang ini, fokus penelitian ini adalah bagaimana wirausaha muda dapat menggunakan AI sebagai mesin pertumbuhan dengan cara terbaik. Diharapkan bahwa analisis mendalam akan membantu menemukan cara untuk menggabungkan kecanggihan teknologi cerdas dengan semangat kreatif siswa. Karena mahasiswa adalah kelompok yang memiliki akses luas ke teknologi dan memiliki kemampuan adaptasi digital, penelitian ini akan memberikan kontribusi akademis untuk membuat kurikulum kewirausahaan di perguruan tinggi lebih relevan dengan kebutuhan ekonomi digital global yang berbasis AI. Tidak semua siswa dapat memanfaatkan kesempatan ini sepenuhnya. Karena tidak memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keberanian untuk mengambil resiko, banyak orang masih ragu untuk memulai bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa kesiapan untuk berwirausaha belum sepenuhnya mendukung potensi yang ada.

Sebaliknya, kemajuan dalam teknologi Artificial Intelligence (AI) telah membuka peluang baru bagi bisnis digital. AI adalah teknologi yang meniru kecerdasan manusia untuk memproses data, menganalisis informasi, dan membantu pengambilan keputusan. Dalam dunia kewirausahaan, ini dapat digunakan untuk analisis pasar, pembuatan konten, dan memberikan layanan kepada pelanggan, serta meningkatkan daya saing perusahaan. Meskipun demikian, pemanfaatan AI juga menghadapi masalah, terutama karena mahasiswa kurang literasi digital. Literasi digital adalah kemampuan untuk menggunakan teknologi dan memahami bagaimana menggunakannya dengan bijak dan bertanggung jawab. Selain itu, ada masalah yang harus diperhatikan tentang keamanan data dan etika penggunaan teknologi agar efek negatif tidak terjadi.

Untuk berhasil, mahasiswa harus memiliki minat berwirausaha selain faktor teknologi. Banyak mahasiswa masih lebih suka mencari pekerjaan setelah lulus daripada membangun bisnis mereka sendiri. Namun, kewirausahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan ekonomi dan mengurangi pengangguran. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan minat dan kesiapan mahasiswa untuk berwirausaha, salah satunya dengan menggunakan teknologi AI. Dari penjelasan ini, dapat disimpulkan

bahwa AI memiliki potensi besar untuk mendukung kewirausahaan digital mahasiswa. Oleh karena itu, kajian lebih mendalam perlu dilakukan mengenai peran, prospek, dan tantangan AI untuk digunakan secara optimal dalam dunia bisnis.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (library research). Penulis melakukan penelaahan sistematis terhadap berbagai literatur ilmiah dan data sekunder yang memiliki relevansi tinggi dengan topik kajian. Data dihimpun melalui pencarian pada pangkalan data akademik seperti Google Scholar, ScienceDirect, serta repositori jurnal ilmiah nasional dan internasional yang diterbitkan dalam periode 2019 hingga 2025.

Parameter seleksi sumber data difokuskan pada karya ilmiah yang membahas keterkaitan antara teknologi AI dengan inovasi model bisnis (misalnya Jayanto & Suparwata, 2025) serta studi mengenai pengaruh literasi digital terhadap perilaku kewirausahaan mahasiswa (misalnya Khairunisa & Sabaria, 2023). Analisis dilakukan dengan teknik analisis isi (content analysis) dan sintesis teoretis, di mana berbagai temuan riset terdahulu dibandingkan dan diintegrasikan untuk membangun argumen yang komprehensif. Metode ini dipilih untuk memastikan bahwa analisis yang dihasilkan memiliki validitas akademis yang kuat dan mampu memotret fenomena kewirausahaan digital mahasiswa secara utuh.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Implementasi Artificial Intelligence (AI) dalam ekosistem bisnis mahasiswa saat ini telah berkembang menjadi determinan utama yang mengakselerasi inovasi produk secara eksponensial. Jayanto & Suparwata (2025) menegaskan bahwa AI berperan sebagai katalisator strategis yang mampu mentransformasi data mentah menjadi wawasan bisnis yang aplikatif melalui otomatisasi analisis tren pasar secara real-time. Bagi mahasiswa, hal ini berarti siklus riset dan pengembangan produk yang dulunya memakan waktu berbulan-bulan kini dapat dipersingkat menjadi hitungan hari. Dengan memanfaatkan algoritma machine learning, mahasiswa dapat memetakan pergeseran preferensi konsumen secara presisi, sehingga produk yang diluncurkan memiliki relevansi yang sangat kuat terhadap kebutuhan aktual di lapangan.

Selain itu, struktur biaya operasional telah diubah oleh AI karena efisiensi otomatisasi cerdas. Keterbatasan waktu dan sumber daya manusia karena terbagi dengan kewajiban akademik adalah salah satu tantangan utama dalam memulai bisnis sebagai mahasiswa. Meskipun demikian, penggunaan teknologi pemrosesan bahasa natural (NLP), seperti chatbot atau asisten virtual, memungkinkan organisasi untuk terus menjalankan operasinya secara responsif tanpa bantuan manual yang terus menerus. Dengan efisiensi ini, siswa dapat mencurahkan waktu dan tenaga mereka untuk membangun visi strategis dan elemen kreatif daripada menghabiskan tenaga mereka pada tugas administratif yang monoton yang menguras tenaga.

Demokratisasi peluang bisnis di era digital juga menjadi pilar penting dalam transformasi ekonomi yang sangat menguntungkan generasi muda. Maryati & Masriani (2019) mengemukakan bahwa teknologi digital telah meruntuhkan dogma konvensional yang menyatakan bahwa pembangunan unit usaha memerlukan kapitalisasi modal finansial dan infrastruktur fisik yang masif. Mahasiswa dapat membangun citra merek (branding) yang kompetitif dan profesional dengan menggunakan alat bantu AI yang kini tersedia secara terjangkau, seperti sistem manajemen inventaris berbasis awan dan generator konten visual otomatis. Fenomena ini menghasilkan level permainan yang setara, juga disebut sebagai playing field, di mana ketajaman logika digital dan konsep kreatif jauh lebih penting daripada hanya memiliki modal material.

Keberhasilan adopsi teknologi cerdas ini sangat bergantung pada tingkat literasi digital yang dimiliki oleh mahasiswa sebagai subjek penggerak utama. Khairunisa & Sabaria (2023) dalam risetnya menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif yang signifikan antara kedalaman literasi digital dengan minat serta kesiapan berwirausaha.

Literasi digital tidak hanya mencakup keterampilan teknis operasional, tetapi juga kemampuan penting untuk mengevaluasi seberapa efektif teknologi dalam menunjang strategi bisnis. Karena mereka memahami cara memitigasi ketidakpastian pasar dengan menggunakan analisis data berbasis AI, siswa yang memiliki literasi digital yang baik cenderung memiliki tingkat kepercayaan diri atau efikasi diri yang lebih tinggi untuk mengambil risiko bisnis yang terukur.

Secara psikologis, AI juga membantu sistem pengambilan keputusan empiris atau data-driven. Karena mereka tidak memiliki pengalaman kerja nyata, mahasiswa sering

kali ragu untuk memulai bisnis mereka sendiri. Adanya instrumen analisis AI memungkinkan setiap langkah strategis, mulai dari penentuan harga hingga pemilihan kanal distribusi, didasarkan pada fakta data daripada intuisi atau hipotesis. Hal ini mengubah cara mahasiswa berpikir menjadi lebih sistematis dan metodis, yang pada gilirannya akan membantu bisnis rintisan menjadi lebih tahan terhadap perubahan ekonomi yang dinamis.

Meskipun ada banyak peluang yang tersedia, penggunaan AI dalam kewirausahaan mahasiswa masih menghadapi banyak masalah yang memerlukan perhatian khusus. Berikut adalah penjabaran poin-poin dari masalah ini:

### **1. Kesenjangan Kompetensi Teknis dan Literasi Digital**

Tantangan utama terletak pada perbedaan antara kemajuan teknologi AI yang sangat cepat dan kemampuan siswa untuk menggunakannya secara strategis dan produktif. Tanpa pengetahuan yang memadai, penggunaan AI berisiko menjadi tidak efektif atau sekadar mengikuti tren, yang dapat menyebabkan biaya operasional yang tidak efisien.

### **2. Keamanan Data dan Privasi Konsumen**

Sebagaimana diperingatkan oleh Jayanto & Suparwata (2025), pengolahan data berskala besar oleh algoritma AI sangat rentan terhadap serangan siber dan pelanggaran privasi. Mahasiswa wajib memiliki pemahaman mendalam mengenai etika digital dan aspek hukum perlindungan data untuk menjaga kepercayaan pelanggan serta menghindari konsekuensi legal yang fatal.

### **3. Depersonalisasi dan Hilangnya Sentuhan Manusiawi**

Ketergantungan yang berlebihan pada otomatisasi AI dapat menyebabkan interaksi bisnis terasa mekanis dan kehilangan nilai emosional. Tantangan bagi mahasiswa adalah bagaimana menjaga keseimbangan antara efisiensi mesin dengan empati manusiawi agar identitas merek tetap memiliki sisi personal yang kuat untuk membangun loyalitas pelanggan jangka Panjang.

Tantangan berikutnya berkaitan dengan etika penggunaan AI dalam menciptakan konten pemasaran. Di era banjir informasi, penggunaan AI untuk memproduksi konten secara massal sering kali berisiko menghasilkan informasi yang generik atau bahkan

menyesatkan jika tidak dikurasi dengan baik. Mahasiswa dituntut untuk tetap kritis dalam memverifikasi setiap output yang dihasilkan oleh kecerdasan buatan. Tanggung jawab intelektual ini sangat penting untuk memastikan bahwa bisnis yang dijalankan tidak hanya mengejar profitabilitas, tetapi juga menjunjung tinggi integritas dan kejujuran dalam berkomunikasi dengan publik.

Selain itu, sangat penting untuk memitigasi masalah ini dengan bantuan dari kebijakan institusional dan lingkungan akademis. Universitas harus mengintegrasikan kurikulum kewirausahaan dengan pemahaman praktis tentang teknologi AI, bukan hanya teori. Mahasiswa akan mendapat manfaat dari peningkatan kemampuan adaptasi mereka jika ada tempat seperti inkubator bisnis yang memungkinkan eksperimen teknologi. Jika tidak ada lingkungan yang mendukung, mahasiswa akan sulit bersaing dengan perusahaan global yang sudah menggunakan teknologi cerdas secara luas.

Keberlanjutan bisnis digital mahasiswa di masa depan akan sangat ditentukan oleh kemampuan mereka dalam mensinergikan kecerdasan buatan dengan kecerdasan emosional manusia. Meskipun AI memiliki kemampuan untuk memproses banyak data dan membuat prediksi yang akurat, ia tidak dapat memahami nilai sosial dan budaya yang mendasari perilaku manusia. Oleh karena itu, siswa harus tetap menempatkan diri mereka sebagai pembuat keputusan utama. Untuk membuat usaha digital yang inovatif dan berdampak positif secara sosial dan ekonomi, akan sangat penting untuk mengimbangi efisiensi otomatisasi dengan kearifan insani.

Sebagai sintesis dari seluruh pembahasan, dapat ditegaskan bahwa AI adalah instrumen transformatif yang memberikan landasan informasi empiris bagi wirausaha muda. Penggunaan AI secara optimal akan mengubah profil mahasiswa dari sekadar pengamat teknologi menjadi inovator yang mandiri dan kompetitif. Dengan memperkuat literasi digital dan komitmen terhadap etika bisnis, mahasiswa diharapkan mampu menaklukkan tantangan era digital dan memberikan kontribusi nyata bagi penguatan ekonomi nasional melalui sektor kewirausahaan yang berbasis pada kecerdasan artifisial.

#### **4. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan seluruh rangkaian analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Artificial Intelligence (AI) memegang peranan vital sebagai

instrumen transformatif dalam menciptakan dan memperluas peluang usaha digital di kalangan mahasiswa. Kehadiran AI telah mendisrupsi metode bisnis konvensional dengan menawarkan efisiensi operasional yang tinggi, inovasi produk berbasis data (*data-driven innovation*), serta kemampuan untuk melakukan segmentasi pasar secara presisi. Teknologi ini secara efektif meruntuhkan hambatan modal finansial dan keterbatasan pengalaman praktis, sehingga memungkinkan mahasiswa untuk bertransformasi menjadi wirausahawan yang kompetitif meskipun dengan sumber daya yang terbatas.

Namun, efektivitas penggunaan AI sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusianya; dalam hal ini, kesiapan sumber daya manusia diukur melalui tingkat literasi digital dan efikasi diri. Literasi digital lebih dari sekadar keterampilan teknis. Ini adalah fondasi penting yang memungkinkan siswa mengelola teknologi secara moral, aman, dan strategis. Tanpa literasi yang memadai, kecerdasan buatan akan menghalangi potensi besarnya karena masalah seperti masalah etika, risiko keamanan data, dan kurangnya sentuhan manusiawi dalam interaksi bisnis. Oleh karena itu, memadukan kemajuan teknologi cerdas dengan meningkatkan kemampuan digital siswa adalah kunci untuk memitigasi masalah tersebut.

Dari pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Artificial Intelligence memegang peran krusial dalam mendukung kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa. Teknologi ini memberikan kemudahan dalam menjalankan bisnis, mulai dari peningkatan efisiensi operasional hingga pengembangan inovasi produk. Selain itu, AI membuka berbagai peluang usaha yang dapat diakses oleh mahasiswa dengan modal yang relatif terjangkau. Namun, terdapat sejumlah tantangan yang harus dihadapi, seperti keterbatasan literasi digital dan risiko terkait keamanan data. Oleh karena itu, penting untuk melakukan upaya peningkatan pemahaman dan kesiapan mahasiswa dalam memanfaatkan teknologi AI secara maksimal.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Irwansyah, R., Susanto, B. F., & Zulrahmadi. (2025). Peran mahasiswa dalam beradaptasi terhadap kewirausahaan digital. *Digital Business Insights Journal*, 1(1), 8–13.
- Jayanto, I., & Suparwata, D. O. (2025). Peran Artificial Intelligence dalam mendorong inovasi produk dan model bisnis pada technopreneur di era ekonomi digital. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 2862–2871.

- Khairunisa, N. A., & Sabaria. (2023). Pengaruh literasi digital terhadap minat berwirausaha digital mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora, Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong. *ASSET: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 130–140.
- Maryati, W., & Masriani, I. (2019). Peluang bisnis di era digital bagi generasi muda dalam berwirausaha: Strategi menguatkan perekonomian. *Mebis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 125–130.
- Mulyati, S. (2023). Pengaruh pendidikan kewirausahaan dan digital literacy terhadap minat berwirausaha mahasiswa dengan efikasi diri sebagai mediator. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 11(2), 222–230.
- Rozali, C., Zein, A., & Eriana, E. S. (2024). Artificial Intelligence (AI) di masa depan: Tantangan dan peluang. *Jitu: Jurnal Informatika Utama*, 2(2), 66–71