

Analisis Penggunaan Ai Sebagai Alat Inovasi dalam Pengembangan Ide Bisnis Digital Pada Mahasiswa Deztron Indonesia

Selly Warnitasari¹, Wahyudi Maherza², Yogie Pratama³

^{1,2,3} Prodi Digital Bisnis, Universitas Deztron Indonesia

Abstrak

Penelitian ini menganalisis penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam inovasi pengembangan ide bisnis digital oleh mahasiswa Universitas Deztron Indonesia. Latar belakangnya adalah perubahan signifikan yang dibawa oleh teknologi AI terhadap cara berpikir dan berinovasi di bidang kewirausahaan digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, khususnya analisis regresi linear sederhana, untuk menguji pengaruh penggunaan AI terhadap inovasi ide bisnis digital. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat inovasi ide bisnis. Artinya, semakin aktif mahasiswa dalam memanfaatkan AI, semakin tinggi tingkat inovasi yang dihasilkan. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya AI sebagai alat strategis untuk mendukung kreativitas dan inovasi mahasiswa di dunia bisnis digital.

Kata kunci : Artificial Intelligence, Inovasi, Ide Bisnis Digital, Mahasiswa, Kewirausahaan Digital.

PENDAHULUAN

Perkembangan AI telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis digital. Saat ini, kecerdasan buatan adalah salah satu alat inovasi yang dapat membantu individu dan organisasi dalam mengembangkan konsep bisnis dengan cara yang lebih kreatif, efisien, dan efektif. Kemampuan untuk menggunakan AI sebagai pendukung ide bisnis menjadi kompetensi penting bagi mahasiswa, khususnya mereka di Universitas Deztron Indonesia, yang berkonsentrasi pada pengembangan mindset digital.

Sekarang AI digunakan tidak hanya dalam industri dan teknologi tinggi, tetapi juga dalam kegiatan sehari-hari, bahkan di kalangan mahasiswa. AI memudahkan menyusun tugas, menganalisis data, dan menciptakan konten. Namun, di balik segala kebaikan, ada masalah dan dinamika yang perlu diperhatikan secara menyeluruh. Ini terutama berlaku untuk membangun semangat inovasi dan kewirausahaan mahasiswa (Parapat et al., 2025). Selain itu, AI dapat membantu guru dan lembaga pendidikan membuat metode pembelajaran kewirausahaan berbasis teknologi yang lebih kreatif dan interaktif. Ini akan memiliki dampak sosial yang mendorong pembentukan generasi wirausaha muda digital yang melek teknologi dan mampu membuat solusi bisnis yang kompetitif yang menggunakan AI (Theodora et al., 2025).

Secara keseluruhan, perkembangan model bisnis online inovatif yang menggabungkan e-commerce dan teknologi digital telah menghasilkan perubahan besar dalam industri. Perusahaan yang dapat menyesuaikan diri dengan cepat dan menggunakan pendekatan kreatif akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar. Perusahaan dapat membuat pengalaman pelanggan yang lebih menarik dan efisien serta meningkatkan efisiensi operasional mereka dengan terus memanfaatkan teknologi dan

memahami perilaku konsumen (Ingriana et al., 2024). Kewirausahaan berbasis teknologi adalah istilah yang mengacu pada proses pembuatan dan pengelolaan usaha yang menggunakan teknologi untuk menghasilkan produk atau layanan inovatif. Usaha-usaha ini memiliki kemampuan untuk meningkatkan efisiensi dan memperluas jangkauan pasar melalui penggunaan teknologi baru. Kewirausahaan berbasis teknologi juga mendorong kerja sama tim dan ide-ide dengan orang lain, menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan (Mardiah et al., 2025).

Namun, observasi awal menunjukkan bahwa banyak mahasiswa masih belum benar-benar menggunakan AI untuk mengembangkan ide bisnis digital. Mereka masih menggunakan metode konvensional seperti brainstorming manual atau melihat pasar tanpa bantuan teknologi cerdas. Namun, penggunaan AI seperti ChatGPT, Midjourney, Notion AI, atau Canva dapat mempercepat proses riset pasar, desain produk, dan perencanaan strategi pemasaran digital. Namun, meskipun ada kemudahan, belum banyak penelitian yang secara khusus menyelidiki bagaimana pemanfaatan AI oleh siswa dalam proyek kewirausahaan digital dapat mendorong inovasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana penggunaan AI menjadi salah satu alat dalam berinovasi untuk membantu mahasiswa dalam melakukan pengembangan bisnis digital di era yang hampir keseluruhan sudah menggunakan digitalisasi dalam pengembangan bisnisnya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode kuantitatif dengan satu variabel bebas dan satu variabel terikat, dengan variabel bebas yaitu Penggunaan AI dan variabel terikatnya Inovasi Ide Bisnis Digital, sejauh mana hubungan antara kedua variabel tersebut, dan menambahkan dengan metode deskriptif. Dalam statistik deskriptif, tujuan mengolah, mengumpulkan, dan menganalisis data adalah untuk memahami karakteristik sampel yang digunakan serta menggambarkan variabel penelitian. Data dijelaskan secara umum dengan menunjukkan nilai rata-rata, maksimum, dan minimum (Duli, 2020).

Melakukan analisis data dengan aplikasi SPSS vers. 27. Untuk melihat nilai dari uji asumsi klasik, serta regresi linear sederhana, dan melihat hasil dari nilai uji t dan uji R^2 dengan menggunakan populasi seluruh mahasiswa yang terdaftar di Universitas Deztron Indonesia (UDI) dan sampel yang berjumlah 40 orang dari mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Teknologi dan Bisnis Digital (FTB).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas Residual

Salah satu asumsi penting dalam analisis regresi linier, normalitas residual digunakan untuk menentukan apakah data residual dari model regresi berdistribusi normal. Ini karena hasil analisis yang valid memerlukan bahwa error (selisih antara nilai observasi dan nilai prediksi) harus menyebar secara normal (Duli, 2020).

Dalam menentukan keputusan pada uji normalitas residual, bisa dilihat jika nilai Asymp. Sig 2-tailed lebih besar dari 0,05 ($> 0,05$) maka nilai residual data berdistribusi normal, dan sebaliknya jika nilai Asymp. Sig 2-tailed lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) maka nilai residual data tidak berdistribusi normal (Rapingah et al., 2022).

Tabel 1. Uji Normalitas Residual

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardi zed Residual
N			40
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.85025606
Most Extreme Differences	Absolute		.126
	Positive		.115
	Negative		-.126
Test Statistic			.126
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.110
Monte Carlo Sig. (2- tailed) ^d	Sig.		.113
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.105
		Upper Bound	.121
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS, 2025.

Pada tabel diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa nilai Asymp. Sig. 2-tailed yang dihasilkan bernilai 0,11 lebih besar dari 0,05 ($0,11 > 0,05$). Maka pada hasil olah data tersebut data yang diolah berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dalam model regresi bersifat linear atau tidak. Asumsi linearitas penting karena analisis regresi linier hanya valid jika hubungan antar variabel memang berbentuk garis lurus (linear) (Duli, 2020).

Metode pengujian linearitas seringkali dilakukan dengan menggunakan ANOVA (*Analysis of Variance*) melalui Test for Linearity dalam perangkat statistik seperti SPSS. Dalam pengujian ini, dua hipotesis utama diajukan: H_0 yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan linear antara variabel X dan Y, dan H_1 yang menyatakan bahwa hubungan tersebut adalah linear. Keputusan mengenai linearitas hubungan diambil berdasarkan dua nilai signifikansi yang diperoleh dari output SPSS (Djaali, 2020).

Nilai Sig. pada *Linearity* menunjukkan tingkat linearitas hubungan; jika nilai Sig. *Linearity* kurang dari 0,05, maka hubungan tersebut dapat dianggap linear. Di sisi lain, nilai Sig. pada *Deviation from Linearity* menunjukkan adanya penyimpangan dari linearitas; jika nilai Sig. *Deviation from Linearity* lebih dari 0,05, tidak ada indikasi penyimpangan dari linearitas, yang mengimplikasikan hubungan linear. Dalam interpretasi hasil, jika nilai Sig. *Linearity* kurang dari 0,05 dan Sig. *Deviation from Linearity* lebih dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel X dan Y, sehingga asumsi linearitas dalam model regresi dianggap terpenuhi (Rapingah et al., 2022).

Tabel 2. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Inovasi Ide Bisnis Digital * Penggunaan AI	Between Groups	(Combined)	169.696	10	16.970	.964	.494
		Linearity	102.246	1	102.246	5.806	.023
		Deviation from Linearity	67.450	9	7.494	.426	.910
	Within Groups		510.704	29	17.610		
	Total		680.400	39			

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS, 2025.

Pada hasil tabel diatas dapat dikatakan bahwa nilai Sig. linearity sebesar 0,02 kurang dari 0,05 ($0,02 < 0,05$) dimana hasil itu dapat dikatakan bahwa hubungan antara kedua variabel dianggap linear. Disisi lain dapat dilihat pada nilai *Deviation from Linearity* yang menunjukan nilai sebesar 0,91 yang dimana lebih besar dari 0,05 ($0,91 > 0,05$) yang mengartikan bahwa tidak ada indikasi penyimpangan dari linearitas yang menghubungkan kedua variabel secara linear. Maka terdapat hubungan linear antara variabel X dan Y, sehingga asumsi tersebut dalam model regresi terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas (*Glejser Test*)

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varians residual (error) dalam model regresi untuk setiap pengamatan. Homoskedastisitas terjadi ketika varians residual berbeda-beda atau tidak konstan; sebaliknya, homoskedastisitas terjadi ketika varians residual konstan (Rapingah et al., 2022).

Ada kemungkinan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas; hasil uji menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hasil uji menunjukkan bahwa model masih dapat dievaluasi. Sebaliknya, heteroskedastisitas terjadi jika salah satu atau lebih variabel memiliki nilai Sig. di bawah 0,05, yang berarti model harus diperbaiki. Hal ini dapat mengakibatkan penggunaan metode regresi robust atau transformasi data seperti log, square root, dsb (Sugiyono, 2021)

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^b				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.306	5.610		1.837	.074
	Penggunaan AI	-.190	.142	-.211	-1.333	.191

a. Dependent Variable: ABS_Res

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS, 2025.

Pada hasil tabel diatas dapat dikatakan bahwa tidak ada terjadinya heteroskedastisitas, dimana bisa dilihat pada nilai Sig. yang dihasilkan sebesar 0,19 lebih besar dari 0,05 ($0,19 > 0,05$) maka hasil uji bisa dibilang tidak adanya terjadi data yang mengalami heteroskedastisitas.

d. Model Persamaan Regresi Linear Sederhana

Untuk mengetahui pengaruh satu variabel independen (X) terhadap satu variabel dependen (Y), uji regresi linear sederhana digunakan. Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui seberapa besar perubahan pada variabel X dapat secara linear menjelaskan perubahan pada variabel Y (Rapingah et al., 2022). Dimana model ini memiliki persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta X + \varepsilon \text{ (Hermawan, 2019)}$$

Dimana diketahui α sebagai nilai konstan pada hasil olah data, dan β adalah hasil dari nilai koefisien regresi, jika nilai β bersifat positif maka hubungan antara variabel bersifat satu arah dan positif signifikan jika nilai Sig. lebih kecil dari 0,05. Begitu sebaliknya jika nilai yang dihasilkan β bernilai negatif maka hubungan antar variabel bersifat bertolak belakang dan nilai Sig. lebih besar dari 0,05 maka tidak signifikan (Duli, 2020).

Tabel 4. Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.787	8.668		2.052	.047
	Penggunaan AI	.570	.220	.388	2.592	.013

a. Dependent Variable: Inovasi Ide Bisnis Digital

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner menggunakan SPSS, 2025.

Pada hasil pengolahan data diatas dapat dilihat untuk nilai Sig. yang dihasilkan sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,05 ($0,01 < 0,05$). Maka dapat diartikan hubungan antara

variabel Penggunaan AI terhadap Inovasi Ide Bisnis Digital. Untuk hasil dari persamaannya untuk sebagai berikut :

$$Y = 17,787 + 0,570 X + e$$

Mengartikan dari hasil perasamaan bisa dikatakan hal ini menunjukkan bahwa variabel Penggunaan AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Inovasi Ide Bisnis Digital.

e. Pengujian Hipotesis

Pada tabel 4 untuk nilai signifikansinya sebesar 0,01, maka dapat dikatakan signifikan hubungan antara kedua variabel. Pada nilai t-hitung sebesar 2,592 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,684 ($2,592 > 1,684$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam menganalisis hubungan antara Penggunaan AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Inovasi Ide Bisnis Digital.

Analisis Penggunaan AI Sebagai Alat Inovasi Dalam Pengembangan Ide Bisnis Digital Pada Mahasiswa Deztron Indonesia

Dalam era digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi yang pesat, perusahaan diharuskan untuk beradaptasi dan berinovasi agar tetap kompetitif. Penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam pengambilan keputusan strategis menjadi salah satu cara untuk mencapai hal ini, memberikan kemampuan analisis data yang canggih dan pengolahan informasi dengan cepat dan akurat (Nugroho et al., 2025). Namun, penerapan AI juga mengandung tantangan, terutama dalam aspek etika dan transparansi. Penting bagi perusahaan untuk mengembangkan pedoman etika yang jelas agar dapat menghindari bias dan diskriminasi. Dengan mempertahankan algoritma yang adil dan transparan, perusahaan dapat membangun kepercayaan di antara pemangku kepentingan dan masyarakat (Hidayat et al., 2024).

AI tidak hanya membantu proses otomatisasi sebagai alat bantu teknis atau sistem pendukung, tetapi juga memiliki peran strategis sebagai penggerak utama dalam pengambilan keputusan berbasis data, personalisasi layanan, dan meningkatkan daya saing organisasi (Suharto, 2025). AI ini dapat membantu bisnis mengumpulkan umpan balik dari konsumen dan melakukan perbaikan produk sebelum diluncurkan ke pasar. Dalam hal ini, strategi inovasi dan pengembangan produk di era digital yang menggunakan riset dan pengembangan produk dapat membantu bisnis memenuhi kebutuhan konsumen dengan produk yang lebih inovatif dan relevan, sambil mempertahankan daya saing mereka di pasar yang lebih kompetitif (Dissurul et al., 2024).

Nilai koefisien regresi adalah positif, dengan tingkat signifikansi ($Sig < 0,05$), menurut hasil analisis regresi linear sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan AI memiliki dampak positif dan signifikan terhadap pengembangan ide bisnis digital oleh mahasiswa. Semakin banyak AI yang digunakan, semakin kreatif dan inovatif ide bisnis digital tersebut. Ini menunjukkan betapa pentingnya menggabungkan pembelajaran kewirausahaan dengan literasi digital kedalam kurikulum perkuliahan untuk menguatkan kapabilitas mahasiswa FT Universitas Deztron Indonesia.

Faktor penghambat dalam berwirausaha mahasiswa meliputi mindset dan motivasi mahasiswa, serta dukungan institusi. Literasi kewirausahaan dan literasi digital berperan penting dalam meningkatkan motivasi mahasiswa untuk berwirausaha. Motivasi dan kepercayaan diri adalah kunci yang menggerakkan mahasiswa dari minat menjadi tindakan nyata. Tanpa pemahaman literasi yang memadai, ide usaha kreatif mahasiswa sering terhenti pada tahap perencanaan (Sapitri, 2025).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Artificial Intelligence (AI) berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi ide bisnis digital pada mahasiswa Universitas Deztron Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pemanfaatan AI oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula kemampuan mereka dalam menghasilkan ide-ide bisnis digital yang inovatif dan relevan dengan perkembangan zaman. AI berperan sebagai alat bantu yang mendorong mahasiswa untuk berpikir lebih kreatif, efisien, dan adaptif dalam merancang konsep bisnis berbasis digital. Hasil ini membuktikan bahwa teknologi AI bukan hanya sebagai tren, tetapi juga sebagai katalis inovasi yang mendukung proses pembelajaran kewirausahaan digital di kalangan mahasiswa.

Mahasiswa harus terus meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka tentang teknologi, terutama dalam hal platform dan aplikasi AI yang membantu riset pasar, perencanaan bisnis, dan pengembangan produk digital. Institusi pendidikan harus memberikan pelatihan, workshop, atau kursus berbasis AI agar siswa dapat memahami dan mengaplikasikan teknologi ini dengan cara yang paling efektif dalam pembelajaran dan pengembangan ide bisnis. Untuk memperluas pemahaman mereka tentang komponen yang memengaruhi inovasi bisnis digital di era AI, peneliti dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang variabel tambahan seperti pemikiran digital, kesiapan teknologi, atau keinginan bisnis.

Referensi :

- Dissurul, N. S., Amelia, S. J., Sinaga, D. S., Ikaningtyas, M., & Hidayat, R. (2024). Inovasi Bisnis: Perencanaan Dan Pengembangan Strategi Di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 167-173. https://Jurnalfkip.Samawa-University.Ac.Id/Karya_Jpm/Index
- Djaali, H. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (B. S. Fatmawati (Ed.)). Bumi Aksara.
- Duli, N. (2020). *Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss*. Deepublish. https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/H5ryeqaaqbaj?hl=en&gbpv=1
- Hermawan, I. (2019). *Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed Method)*. Hidayatul Quran.
- Hidayat, R., Kusumasari, I. R., Sophia, Z. A., & Puspita, D. R. (2024). Peran Teknologi Ai Dalam Mengoptimalkan Pengambilan Keputusan Dalam Pengembangan Bisnis. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 167-178.
- Ingriana, A., Chondro, J., Rolando, B., & Bangsa, U. D. (2024). Transformasi Digital Model Bisnis Kreatif : Peran Sentral E-Commerce Dan Inovasi Teknologi Di Indonesia. *Jumder Jurnal Bisnis Digital Dan Ekonomi Kreatif*, 1(1), 1-21.
- Mardiah, D., Renggani, F. P., Aripin, N. S., & Irwansyah, R. (2025). Kewirausahaan Berbasis Teknologi : Memanfaatkan Ai Untuk Pertumbuhan Usaha. *Karimah Tauhid*, 4(7), 5086-5093.
- Nugroho, R. H., Kusumasari, I. R., Febrianto, V., Farhan N. H, M. A., & Mahardika, M. R. (2025). Strategi Teknologi Artificial Intelligence (Ai) Dalam Pengambilan Keputusan Bisnis Di Era Digital. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(2), 1-7. <https://doi.org/10.47134/jbkd.v2i2.3476>
- Parapat, J. R., Altaf, M., Sebayang, S., Salsalina Br Sembiring, L., Silitonga, L. A., & Umar,

- A. T. (2025). Pengaruh Dan Tantangan Ai Di Era Digital Dalam Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Dan Inovasi Bagi Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Jpim: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 01(05), 1081–1095.
- Rapingah, S., Sugiarto, M., & Haryanto, T. (2022). *Buku Ajar Metode Penelitian*. Feniks Muda Sejahtera.
- Sapitri, M. (2025). Transformasi Inovasi Digital Dalam Penguatan Kewirausahaan Mahasiswa Di Era Ekonomi Kreatif. *Interface: Journal Of Multidiciplinary*, 1(1), 48–58.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Suharto, T. S. U. (2025). Analisis Integratif Design Thinking Dan Artificial Intelligence Dalam Mendorong Inovasi Umkm Di Indonesia. *Bit-Tech*, 7(3). <https://doi.org/10.32877/Bt.V7i3.2333>
- Theodora, E. M., Nababan, J., Gani, P., Mahkota, U., Unggul, T., Satya, U., & Bhinneka, T. (2025). Digital Untuk Meningkatkan Inovasi Mahasiswa. *Journal Of Science And Social Research*, 8(3), 3624–3631.