

Pelatihan Chatgpt Dalam Mempermudah Mempersiapkan Model Bisnis Startup

Ahmad Zidan Zulfa¹, Ahmad Ikhya' Ulumuddin², Nurlaila³

¹IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia

²Institut Islam Al-mujaddid Sabak, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, Indonesia

Article Info	ABSTRAk
Article history: Received 21-09-2024 Revised 24-09-2024 Accepted 24-09-2024 Keywords: ChatGPT UMKM PKM	Pelatihan teknologi ChatGPT semakin relevan dalam mendukung persiapan model bisnis startup. Dalam konteks persaingan bisnis yang ketat, penggunaan kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT dapat membantu mengoptimalkan ide bisnis, analisis pasar, dan strategi pengembangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas pelatihan ChatGPT dalam mempermudah persiapan model bisnis startup, khususnya dalam membantu wirausahawan pemula mengidentifikasi peluang, risiko, serta menyusun strategi yang efektif. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan wawancara terhadap peserta pelatihan yang terdiri dari 20 calon pengusaha. Hasil menunjukkan bahwa pelatihan ChatGPT secara signifikan mempermudah peserta dalam mengidentifikasi pasar target, menyusun strategi pemasaran, dan memvalidasi model bisnis mereka. Dengan demikian, teknologi ini diusulkan sebagai salah satu alat penting dalam persiapan bisnis di era digital. <i>This is an open access article under the CC BY-SA license.</i> 
Corresponding Author: Ahmad Zidan Zulfa IKIP PGRI Bojonegoro, Indonesia Email: ahmadzz@gmail.com	

1. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan startup di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat, didorong oleh berbagai inovasi baru yang muncul (Judijanto et al., 2024; Karina et al., 2022). Ekosistem bisnis yang semakin kompetitif memberikan peluang besar bagi para wirausahawan untuk mengeksplorasi ide-ide segar dan menarik. Namun, di balik lonjakan pertumbuhan ini, tingkat kegagalan startup juga masih tinggi. Banyak startup yang gagal bertahan pada tahap awal karena tidak adanya persiapan bisnis yang matang (Rahmadiane et al., 2020; Saadah, 2018). Salah satu masalah utama yang sering dihadapi adalah ketidakmampuan wirausahawan untuk merancang model bisnis yang terukur dan strategis, yang pada akhirnya menghambat perkembangan usaha mereka.

Salah satu elemen krusial yang sering diabaikan oleh pengusaha pemula adalah pengembangan model bisnis yang komprehensif (Handini & Sukesu, 2019). Banyak yang

terlalu fokus pada pengembangan produk atau layanan, tanpa memperhitungkan bagaimana bisnis mereka akan berjalan secara berkelanjutan (Utami et al., 2019). Model bisnis yang baik tidak hanya menjadi panduan bagi perusahaan, tetapi juga menjadi alat penting untuk memahami dinamika pasar, mengidentifikasi peluang yang ada, dan mengelola risiko. Tanpa model bisnis yang matang, startup akan kesulitan dalam bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan dinamis.

Selain itu, model bisnis yang efektif harus memperhitungkan jangka panjang, termasuk bagaimana bisnis dapat tumbuh, menghadapi tantangan, dan tetap relevan di pasar. Pengusaha yang gagal merancang strategi bisnis yang terukur sering kali berakhir dengan ketidakmampuan mengantisipasi perubahan pasar, mengelola dana secara efisien, dan memperbaiki kekurangan di tengah jalan (T. A. Lubis & Firmansyah, 2018; Z. Lubis & Maulidya, 2024; Misra et al., 2020). Oleh karena itu, penting bagi wirausahawan untuk memiliki pemahaman yang mendalam mengenai berbagai aspek manajemen dan strategi bisnis sejak awal. Hal ini tidak hanya mencakup pengelolaan operasional, tetapi juga pengetahuan mendalam tentang pasar dan konsumen yang mereka layani.

Oleh karena itu, pengetahuan tentang perancangan model bisnis yang matang sangat penting bagi wirausahawan yang ingin sukses dalam industri startup. Memiliki pemahaman tentang cara menyusun strategi bisnis yang jelas akan membantu mereka lebih siap dalam menghadapi persaingan, mengidentifikasi peluang baru, dan menghindari jebakan umum yang menyebabkan banyak startup gagal (Prabowo et al., 2022). Dengan model bisnis yang terukur dan terencana, pengusaha tidak hanya akan lebih siap menghadapi tantangan pasar, tetapi juga memiliki landasan yang kuat untuk mengembangkan bisnisnya ke tingkat yang lebih tinggi. Di era digital ini, teknologi kecerdasan buatan (AI) seperti ChatGPT dapat menawarkan solusi yang inovatif untuk masalah-masalah tersebut. ChatGPT, yang dikembangkan oleh OpenAI, adalah model bahasa yang mampu menganalisis data, memberikan rekomendasi, serta membantu menyusun strategi berdasarkan input yang diberikan pengguna. Dengan memanfaatkan teknologi ini, wirausahawan dapat menghemat waktu dan sumber daya yang biasanya dihabiskan untuk melakukan riset pasar dan menyusun strategi bisnis (Fadillah & Fasa, 2021; Latifah, 2023).

ChatGPT memiliki kemampuan yang luar biasa dalam membantu wirausahawan mengelola bisnis mereka, terutama dalam menganalisis tren pasar secara real-time. Dengan teknologi ini, pelaku bisnis dapat dengan cepat memperoleh informasi tentang perubahan pola konsumsi, tren industri, dan preferensi konsumen (Ardiansyah, 2023; Putra et al., 2024). Ini sangat penting dalam ekosistem bisnis yang dinamis, di mana waktu menjadi faktor kritis dalam keberhasilan startup. Dengan menggunakan ChatGPT, wirausahawan dapat mengidentifikasi segmen konsumen potensial dan memvalidasi ide bisnis dengan lebih cepat dan efektif. Ini memberi mereka keunggulan untuk bertindak lebih cepat daripada pesaing, sehingga dapat merespons perubahan pasar dengan strategi yang relevan.

Selain itu, ChatGPT dapat berfungsi sebagai alat yang sangat efisien untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan di pasar. Dengan menganalisis data yang tersedia, teknologi ini dapat memberikan wawasan berharga tentang kondisi pasar, yang kemudian membantu wirausahawan membuat keputusan yang lebih tepat dan berbasis data. Hal ini penting dalam mengambil keputusan yang strategis, seperti kapan harus meluncurkan

produk baru atau kapan harus menyesuaikan strategi pemasaran(Hidayat et al., 2023; Musyafangah et al., 2019). Penggunaan ChatGPT dalam penyusunan strategi bisnis memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan bagi startup, terutama di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat(Naury et al., 2024).

Lebih jauh lagi, ChatGPT juga memainkan peran penting dalam analisis SWOT, yang merupakan salah satu alat utama dalam perencanaan bisnis(Syahira, 2024; Taruklimbong & Sihotang, 2023). Analisis SWOT membantu wirausahawan untuk secara objektif menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin dihadapi oleh bisnis mereka. Dengan bantuan ChatGPT, proses analisis ini dapat dilakukan secara lebih cepat dan mendalam. Teknologi ini mampu memproses data yang luas dan beragam dalam waktu singkat, menghasilkan analisis yang lebih akurat dan komprehensif. Hal ini memungkinkan wirausahawan untuk lebih memahami posisi bisnis mereka di pasar dan menyusun strategi yang lebih matang.

Kecepatan dan akurasi yang diberikan oleh ChatGPT dalam proses analisis dan pengambilan keputusan memberikan nilai tambah yang besar bagi startup. Wirausahawan dapat membuat keputusan yang lebih terinformasi, berdasarkan data yang diolah secara cermat oleh teknologi AI. Ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan bisnis, tetapi juga membantu mengurangi risiko kesalahan dalam perencanaan(Fatmawati & M Arif Musthofa, 2022; Musthofa, 2020). Dengan memanfaatkan ChatGPT secara optimal, startup dapat lebih siap menghadapi tantangan dan peluang di pasar, serta memperkuat posisi mereka dalam persaingan bisnis(MUKTIARSO, 2024; Qardafil, 2023).

Oleh karena itu, pelatihan tentang pemanfaatan ChatGPT dalam persiapan model bisnis startup sangatlah penting. Pelatihan ini dapat membantu wirausahawan, terutama mereka yang baru memulai, untuk lebih memahami bagaimana memanfaatkan teknologi AI dalam bisnis. Dengan demikian, mereka tidak hanya lebih siap menghadapi tantangan di fase awal pengembangan bisnis, tetapi juga memiliki strategi yang lebih solid dan siap bersaing di pasar yang dinamis. Artikel ini akan membahas pelaksanaan pelatihan ChatGPT sebagai alat untuk mempermudah proses persiapan model bisnis startup, dengan fokus pada kemampuannya dalam membantu wirausahawan dalam mengidentifikasi peluang pasar, melakukan analisis SWOT, dan menyusun strategi pemasaran yang efektif.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus(Afandi, 2022). Subjek penelitian adalah 20 calon pengusaha yang berpartisipasi dalam pelatihan ChatGPT selama dua hari. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan. Selain itu, observasi langsung juga dilakukan selama pelatihan untuk mengidentifikasi respons peserta terhadap pemanfaatan teknologi ini. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis tematik untuk mengidentifikasi pola dan tema utama yang muncul dari data yang dikumpulkan.

Pelatihan ChatGPT disusun dengan tiga tahapan utama: (a) Pengenalan Teknologi ChatGPT: Peserta diperkenalkan dengan konsep dasar AI, kemampuan ChatGPT, serta

cara memanfaatkannya untuk bisnis. (b) Simulasi Penggunaan ChatGPT: Peserta diajak untuk melakukan simulasi dalam mempersiapkan model bisnis, seperti analisis pasar, validasi ide, dan pembuatan rencana bisnis; (c) Evaluasi dan Diskusi: Setelah simulasi, peserta diminta untuk mendiskusikan hasil yang diperoleh dan mengevaluasi kegunaan ChatGPT dalam proses pengembangan bisnis mereka.

3. HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas peserta pelatihan ChatGPT merasakan manfaat yang signifikan dalam mempersiapkan model bisnis mereka. Temuan utama dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ChatGPT secara efektif membantu peserta dalam mengidentifikasi pasar dan peluang bisnis. Teknologi ini mampu memfasilitasi analisis tren pasar secara real-time, yang memungkinkan peserta untuk memahami lebih baik perubahan yang terjadi di pasar (Syahira, 2024). Dengan memahami perkembangan kebutuhan konsumen, wirausahawan dapat membuat keputusan yang lebih tepat. Sebelumnya, proses ini membutuhkan waktu yang lama dan sumber daya yang besar, namun dengan ChatGPT, peserta dapat mengakses rekomendasi berbasis data dengan cepat dan efisien.

Kemampuan ChatGPT dalam memberikan analisis yang komprehensif mengenai segmentasi konsumen sangat membantu para peserta pelatihan. Alat ini memungkinkan peserta untuk lebih akurat dalam menentukan demografi dan preferensi konsumen yang menjadi target mereka. Dengan informasi ini, peserta dapat menyusun strategi bisnis yang lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Peserta menyatakan bahwa ChatGPT mempermudah mereka dalam menggali informasi yang sulit didapatkan tanpa bantuan teknologi AI. Ini mempercepat proses riset pasar dan memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan lebih cepat.

ChatGPT juga memainkan peran penting dalam membantu peserta menyusun strategi pemasaran. Dalam pelatihan, peserta menggunakan ChatGPT untuk merancang kampanye pemasaran yang lebih spesifik dan terukur. Alat ini membantu dalam memahami perilaku konsumen serta data demografis yang dapat digunakan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif. Misalnya, ChatGPT membantu dalam merancang kampanye digital yang menargetkan kelompok konsumen tertentu dengan pendekatan yang lebih relevan. Hal ini meningkatkan peluang kesuksesan kampanye pemasaran di pasar yang kompetitif.

Selain perumusan strategi pemasaran, ChatGPT juga memfasilitasi analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Analisis SWOT sangat penting bagi wirausahawan untuk memahami posisi bisnis mereka di pasar. ChatGPT membantu peserta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka dengan lebih objektif melalui analisis data yang komprehensif. Selain itu, alat ini juga membantu dalam mengidentifikasi peluang pasar yang mungkin terlewatkan sebelumnya serta ancaman potensial dari pesaing atau perubahan pasar. Wawasan ini sangat penting untuk merancang rencana bisnis yang lebih solid.

ChatGPT juga berperan dalam validasi ide bisnis yang dimiliki oleh peserta pelatihan. Validasi ini sangat penting untuk memastikan bahwa ide bisnis yang dikembangkan dapat bertahan di pasar yang kompetitif. Dengan bantuan ChatGPT, peserta dapat melihat

potensi pengembangan ide bisnis mereka dan mengatasi kelemahan yang ada. Proses ini memungkinkan peserta untuk memperbaiki strategi yang masih memiliki kekurangan sebelum ide bisnis tersebut diimplementasikan. Hal ini memberikan kepercayaan diri yang lebih besar dalam menjalankan bisnis.

Salah satu keuntungan terbesar yang dirasakan oleh peserta pelatihan adalah efisiensi waktu. Banyak peserta menyatakan bahwa mereka dapat menyelesaikan tahapan perencanaan bisnis lebih cepat dengan bantuan ChatGPT dibandingkan dengan metode tradisional. Proses riset pasar, analisis SWOT, dan penyusunan strategi pemasaran yang biasanya memakan waktu lama kini dapat diselesaikan dalam waktu yang lebih singkat. Efisiensi ini memungkinkan wirausahawan untuk fokus pada aspek lain dalam pengembangan bisnis mereka. Selain itu, penghematan waktu ini juga memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam merespons dinamika pasar.

Meskipun ChatGPT memberikan banyak manfaat dalam berbagai konteks, peserta pelatihan menghadapi sejumlah tantangan yang tidak dapat diabaikan. Salah satu tantangan terbesar yang muncul adalah keterbatasan pemahaman awal mengenai teknologi kecerdasan buatan (AI) yang mendasari ChatGPT. Sebagian besar peserta merasa bahwa mereka memerlukan waktu dan upaya tambahan untuk benar-benar mengerti cara kerja teknologi ini. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan optimal ChatGPT tidak dapat dicapai tanpa pemahaman yang memadai tentang AI. Tanpa pengetahuan tersebut, mereka seringkali merasa kurang percaya diri dalam memanfaatkan teknologi ini secara maksimal. Oleh karena itu, kendala ini menjadi penghalang bagi beberapa peserta untuk meraih potensi penuh dari ChatGPT.

Tantangan ini semakin jelas ketika peserta mencoba untuk memanfaatkan berbagai fitur canggih yang ditawarkan oleh ChatGPT. Meskipun alat ini menawarkan banyak solusi praktis, penggunaannya yang maksimal memerlukan dasar pemahaman teknologi AI yang kuat. Peserta yang belum memahami konsep dasar AI sering kali kesulitan untuk mengakses seluruh fitur dan manfaat yang ditawarkan oleh ChatGPT. Akibatnya, efektivitas pelatihan menjadi terbatas karena peserta tidak dapat memanfaatkan seluruh potensi alat ini. Oleh karena itu, memahami prinsip-prinsip dasar AI sangatlah penting untuk meraih hasil yang optimal. Jika pemahaman ini tidak dikuasai, peserta hanya akan merasakan sebagian kecil dari manfaat ChatGPT.

Untuk mengatasi kendala tersebut, diperlukan pelatihan dasar yang lebih mendalam mengenai teknologi AI sebelum peserta terjun ke penggunaan praktis ChatGPT. Pelatihan yang komprehensif akan membantu peserta membangun fondasi pengetahuan yang diperlukan. Banyak peserta bahkan menyarankan agar sesi tambahan yang lebih terfokus pada pengenalan AI diadakan sebagai bagian dari program pelatihan. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik dan mendalam mengenai bagaimana ChatGPT bekerja. Dengan pemahaman yang lebih baik, peserta akan merasa lebih percaya diri dan mampu memanfaatkan seluruh fitur yang ada. Pengenalan yang lebih baik terhadap AI akan membuka peluang untuk memanfaatkan ChatGPT dengan lebih efektif dalam berbagai konteks.

Selain pelatihan tambahan, penting untuk mencocokkan metode pembelajaran dengan tingkat pemahaman peserta yang beragam. Peserta yang sudah memiliki pemahaman dasar

tentang AI cenderung lebih cepat beradaptasi dan memanfaatkan ChatGPT dengan efektif. Mereka dapat dengan mudah mengintegrasikan alat ini ke dalam berbagai aspek bisnis atau penelitian mereka. Di sisi lain, peserta yang baru mengenal AI akan memerlukan dukungan lebih lanjut untuk mencapai level pemahaman yang dibutuhkan. Dengan demikian, penyesuaian metode pelatihan sangat penting untuk memastikan setiap peserta dapat meraih manfaat yang optimal (Musthofa & Daud, 2022). Kombinasi antara pemahaman teori dan praktik akan sangat membantu dalam proses belajar.

Penggunaan ChatGPT dalam konteks bisnis memberikan dampak positif yang signifikan bagi peserta. Teknologi ini mempercepat berbagai proses seperti riset, analisis pasar, dan penyusunan strategi bisnis yang lebih baik. Penggunaan ChatGPT memungkinkan peserta untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi dan meningkatkan kualitas perencanaan bisnis mereka. Selain itu, alat ini juga memberikan keunggulan kompetitif yang penting dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Namun, untuk merasakan semua manfaat ini, pemahaman yang baik mengenai AI menjadi syarat utama. Tanpa pemahaman yang cukup, peserta akan kehilangan peluang untuk memanfaatkan alat ini sepenuhnya.

Peserta yang menguasai teknologi ChatGPT dengan baik dapat lebih cepat beradaptasi dan menemukan potensi lain dari alat ini yang mungkin tidak mereka sadari sebelumnya. Pemahaman yang mendalam memungkinkan mereka untuk mengoptimalkan penggunaan ChatGPT dalam berbagai skenario bisnis. Selain itu, dengan pemahaman yang lebih baik tentang AI, mereka dapat mengidentifikasi peluang untuk inovasi dan pengembangan lebih lanjut. Hal ini tentu akan memperkaya pengalaman mereka dalam memanfaatkan teknologi ini secara penuh (Mukhid, 2023; Putri et al., 2023). Dengan demikian, pemahaman yang kuat tentang AI membuka pintu untuk potensi yang lebih luas dalam menggunakan ChatGPT di berbagai bidang.

Selain memberikan pelatihan AI, penting juga untuk menyesuaikan metode pelatihan dengan tingkat pemahaman peserta yang beragam. Peserta yang sudah memiliki pemahaman dasar mengenai AI biasanya dapat lebih cepat menyesuaikan diri dan mengoptimalkan penggunaan ChatGPT dalam berbagai skenario. Di sisi lain, bagi mereka yang masih baru dalam bidang ini, sesi pengenalan yang mendalam akan menjadi kunci untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan teknologi tersebut secara maksimal.

Dampak positif dari penggunaan ChatGPT dalam pelatihan bisnis sangat jelas. Dengan bantuan teknologi ini, peserta pelatihan dapat mempercepat proses riset, analisis pasar, serta penyusunan strategi bisnis mereka. Keunggulan kompetitif yang diberikan oleh ChatGPT memungkinkan peserta untuk membuat keputusan yang lebih terinformasi, yang pada akhirnya meningkatkan kualitas perencanaan bisnis mereka. Namun, seperti yang telah disinggung, peningkatan pemahaman mengenai AI menjadi syarat penting untuk memaksimalkan manfaat tersebut.

Peserta yang mampu menguasai teknologi ini dengan baik tidak hanya lebih efektif dalam penggunaan alat, tetapi juga dapat menemukan potensi lain dari ChatGPT yang mungkin belum disadari sebelumnya. Hal ini tentu akan memperkaya pengalaman mereka dalam menggunakan teknologi ini dalam berbagai aspek bisnis, mulai dari riset hingga

pengambilan keputusan strategis. Pemahaman mendalam mengenai AI juga memungkinkan mereka untuk berinovasi lebih jauh dalam penggunaannya.

Dalam jangka panjang, teknologi seperti ChatGPT diharapkan dapat mengurangi tingkat kegagalan startup dengan membantu wirausahawan membuat perencanaan bisnis yang lebih matang dan berbasis data. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, penggunaan teknologi AI ini juga membantu meningkatkan daya saing bisnis, terutama dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, pelatihan ChatGPT tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga dampak yang berkelanjutan bagi perkembangan bisnis para peserta.

4. KESIMPULAN

Pelatihan ChatGPT terbukti memberikan dampak positif dalam mempermudah persiapan model bisnis startup, terutama dalam hal analisis pasar, perumusan strategi pemasaran, dan validasi ide bisnis. Teknologi ini memungkinkan pengusaha untuk bekerja lebih efisien dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam dalam waktu singkat. Meskipun demikian, pelatihan ini memerlukan pengenalan yang lebih mendalam tentang dasar-dasar AI agar peserta dapat sepenuhnya memanfaatkan ChatGPT. Ke depannya, ChatGPT dapat menjadi salah satu alat utama dalam membantu wirausahawan mempersiapkan model bisnis yang lebih kompetitif di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, A. (2022). *Metodologi pengabdian masyarakat*. Direktorat Pendidikan Tinggi Keagamaan Islam Direktorat Jenderal Pendidikan
- Ardiansyah, W. M. (2023). Peran Teknologi dalam Transformasi Ekonomi dan Bisnis di Era Digital. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(1).
- Fadillah, R., & Fasa, M. I. (2021). Digital Economic Transformation: Optimalisasi Ekonomi Digital Pasca Pandemi Covid-19 Pada Pelaku Umkm. *MANOR: JURNAL MANAJEMEN DAN ORGANISASI REVIEW*, 3(2), 123–135.
- Fatmawati, E., & M Arif Musthofa, D. (2022). *Potensi Dan Kontribusi UMKM Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Dalam Perspektif Islam*. Zabags Qu Publish.
- Handini, M. M., & Sukes, S. (2019). *Manajemen UMKM Dan Koperasi Optimalisasi Ekonomi Masyarakat Pesisir Pantai*. Jakad Publishing.
- Hidayat, W. N., Nurlaila, N., Purnomo, E., & Aziz, N. (2023). Technological Pedagogical And Content Knowledge (TPACK) In Islamic Religious Education In The Digital Era. *Al Hikmah: Journal Of Education*, 4(1), 93–106.
- Judijanto, L., Rifky, S., & Sudarmanto, E. (2024). Peran Modal Ventura, Inovasi Produk Keuangan, Dan Regulasi Pemerintah Dalam Mendorong Pertumbuhan Start-Up Fintech Di Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science*, 3(02), 151–163.
- Karina, D., Sa'diyah, S. A., Nabilah, H., & Panorama, M. (2022). Pengaruh Perusahaan Startup Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Selama Pandemi Covid-19. *Berajah Journal*, 2(1), 156–166.
- Latifah, N. W. (2023). STRATEGI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA DALAM BERWIRAUSAHA DI ERA DIGITALISASI. *Jurnal RASI*, 4(1), 49–65.
- Lubis, T. A., & Firmansyah, F. (2018). *Buku_Tata Kelola Dan Perilaku Bisnis Para Pedagang Sayur, Pedagang Ikan, Pedagang Daging Dan Ayam Di Pasar Tradisional*. Salim Media Indonesia.

- Lubis, Z., & Maulidya, M. M. (2024). *Kewirausahaan Paradigma Dan Keterampilan Berwirausaha*.
- Misra, I., Hakim, S., & Pramana, A. (2020). *Manajemen Risiko Pendekatan Bisnis Ekonomi Syariah*. K-Media.
- Mukhid, M. P. (2023). *Disain Teknologi Dan Inovasi Pembelajaran Dalam Budaya Organisasi Di Lembaga Pendidikan*. Pustaka Egaliter. Com.
- MUKTIARSO, A. D. (2024). *ADOPSI DAN IMPLEMENTASI KECERDASAN BUATAN (Chatgpt & Canva AI) SEBAGAI TOOLS PUBLIC RELATIONS DI HUMAS LLDIKTI WILAYAH VI*. Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
- Musthofa, M. A. (2020). Womens Participation In Improving The Family Economy, Viewed From An Islamic Perspective. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 6(1), 19–25.
- Musthofa, M. A., & Daud, D. (2022). Implementasi Sistem Bagi Hasil Di Usaha Keripik Tempe Rezeki Jaya Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, 8(1), 49–56.
- Musyafangah, M., Nugroho, B. T. A., & Hidayat, W. N. (2019). Generasi Muslim Milenial Sebagai Model Islam Wasatī Iyyah Zaman Now. *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 7(1), 32–50.
- Naury, C., Santosa, E. B., Hastomo, M. D., Pantjarani, A., Purbiyanto, E., Santosa, T. B., Zanah, S. W. S., Mulia, V. L. C., Annaningtyas, C., & Kusuma, N. N. (2024). *Literasi Digital Dan Peningkatan Daya Saing UMKM Masa Kini*. Politeknik Harapan Bangsa Surakarta.
- Prabowo, H., Suwanda, D., & Syafri, W. (2022). *Inovasi Pelayanan Pada Organisasi Publik*. CV Remaja Rosdakarya.
- Putra, R. T. S., Hermansyah, K. P., Yahya, F. A., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). MIGRASI BISNIS KONVENSIONAL KE MODEL DIGITAL: TANTANGAN DAN PELUANG DALAM TRANSFORMASI PADA BISNIS FASHION ERIGO. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 4(9), 74–83.
- Putri, V. A., Sotyardani, K. C. A., & Rafael, R. A. (2023). Peran Artificial Intelligence Dalam Proses Pembelajaran Mahasiswa Di Universitas Negeri Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 2, 615–630.
- Qardafil, R. (2023). *Peningkatan Efektivitas Kualitas Chatbot Jala Tech Melalui Implementasi Chat GPT, Auto-GPT, Dan Langchain*. Universitas Islam Indonesia.
- Rahmadiane, G. D., Kamal, B., Fauzi, A. Z., & Noermansyah, A. L. (2020). Pengembangan Bisnis Startup Untuk Meminimalisir Kegagalan Dalam Berbisnis. *Jurnal Vokasi*, 4(2), 46–50.
- Saadah, N. (2018). Perencanaan Keuangan Islam Sederhana Dalam Bisnis E-Commerce Pada Pengguna Online Shop. *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 105–128.
- Syahira, F. W. (2024). *Analisis Swot Potensi Penggunaan Metaverse Pada Industri Perbankan Syariah Di Indonesia*. UIN Ar-Raniry.
- Taruklimbong, E. S. W., & Sihotang, H. (2023). Peluang Dan Tantangan Penggunaan AI (Artificial Intelligence) Dalam Pembelajaran Kimia. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26745–26757.
- Utami, C. W., Pranatasari, F. D., & Sudyasjayanti, C. (2019). *Manajemen Jasa: Paradigma Jasa Modern Dalam Industri Jasa Di Indonesia*.