

Pengaruh Perceived Ease of Use terhadap AI Generative Adoption dalam Meningkatkan Competitive Advantage Startup Digital

Neni alyani¹, Muhammad Rizky², Hulwatul Adzro³, Miftahul Madya^{4*}

^{1,2,3,4}Lembaga Riset AI Creation (LRAC), Depok, Indonesia

¹nenialyani5@gmail.com, ²rizkyhungkul2016@gmail.com, ³hulwatuladzro82@gmail.com, ⁴mmiftahulm29@gmail.com,

*Penulis Korespondensi: mmiftahul29@gmail.com

(Diterima 05 Maret 2026, Disetujui 11 Maret 2026 Tersedia Online 14 Maret 2026)

Abstract: This study examines the utilization of generative Artificial Intelligence (AI) in supporting the enhancement of startup competitiveness in the era of digital transformation. The development of generative AI technology provides opportunities for startups to improve operational efficiency, accelerate innovation, and strengthen their business position in a competitive market. This research aims to analyze the effect of Perceived Ease of Use on AI Generative Adoption and its implications for Competitive Advantage in digital startups. The research method uses a quantitative approach with Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) analysis. Data were collected through a Likert scale questionnaire (1–5) from 28 respondents who were interns in startup environments and had interacted with generative AI technology. The results indicate that perceptions of ease of use and the level of generative AI adoption vary among respondents, while the competitive advantage variable shows more consistent results. This study concludes that the use of generative AI can potentially enhance startup competitive advantage when supported by adequate technology adoption.

Keywords: AI Generative Adoption; Competitive Advantage; Perceived Ease of Use; Startup; Artificial Intelligence Technology

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) generatif dalam mendukung peningkatan daya saing startup di era transformasi digital. Perkembangan teknologi AI generatif memberikan peluang bagi startup untuk meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat inovasi, serta memperkuat posisi bisnis di pasar yang kompetitif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Ease of Use terhadap AI Generative Adoption serta implikasinya terhadap Competitive Advantage pada startup digital. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS). Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert 1–5 kepada 28 responden yang merupakan peserta magang di lingkungan startup yang telah berinteraksi dengan teknologi AI generatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan dan tingkat adopsi AI generatif masih memiliki variasi pada responden, sedangkan variabel competitive advantage menunjukkan hasil yang lebih konsisten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemanfaatan AI generatif berpotensi meningkatkan keunggulan kompetitif startup apabila didukung oleh tingkat adopsi teknologi yang memadai.

Kata Kunci: AI Generative Adoption; Competitive Advantage; Perceived Ease of Use; Startup; Teknologi Artificial Intelligence

1. Pendahuluan

Perkembangan Artificial Intelligence (AI) generatif dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor industri, termasuk ekosistem startup. Teknologi ini memungkinkan startup untuk menghasilkan konten secara otomatis, mengembangkan produk digital secara lebih cepat, meningkatkan kualitas layanan pelanggan melalui chatbot, serta melakukan analisis data secara lebih efisien. Kemampuan tersebut menjadikan AI generatif sebagai salah satu teknologi kunci dalam transformasi digital perusahaan modern. Startup sebagai organisasi yang berorientasi pada inovasi dan pertumbuhan cepat cenderung lebih adaptif dalam mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat proses inovasi produk maupun layanan. Dengan memanfaatkan AI generatif, startup dapat mengoptimalkan sumber daya yang terbatas sekaligus meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif [1].

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence (AI) generatif menawarkan berbagai manfaat bagi startup dalam mendukung aktivitas bisnis. Namun demikian, tidak semua startup secara langsung mengadopsi teknologi tersebut dalam operasionalnya. Proses adopsi teknologi dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan persepsi pengguna terhadap teknologi yang digunakan. Salah satu faktor penting yang sering digunakan dalam penelitian adopsi teknologi adalah Perceived Ease of Use (PEOU) yang berasal dari Technology Acceptance Model (TAM). Konsep ini merujuk pada tingkat keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan



usaha yang berlebihan. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan dan penggunaan teknologi baru, termasuk teknologi berbasis AI [2], [3]. Penelitian lain yang mengkaji implementasi TAM pada startup digital juga menunjukkan bahwa adopsi teknologi artificial intelligence dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan serta persepsi kegunaan teknologi dalam mendukung aktivitas bisnis [4]. Selain itu, penelitian mengenai pengembangan model inkubasi startup digital berbasis kecerdasan buatan menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital pada UMKM dan startup, masih menghadapi berbagai tantangan sehingga diperlukan pendekatan berbasis sistem dan teknologi untuk meningkatkan kesiapan digital pengguna [5]. Ketika suatu sistem dianggap mudah dipelajari, mudah digunakan, serta tidak memerlukan proses operasional yang rumit, maka kemungkinan adopsi teknologi tersebut akan semakin tinggi. Oleh karena itu, persepsi kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor penting yang dapat memengaruhi tingkat adopsi AI generatif dalam startup.

Adopsi AI generatif tidak hanya berdampak pada penggunaan teknologi itu sendiri, tetapi juga dapat memengaruhi berbagai aspek kinerja startup. Dalam konteks startup, pemanfaatan teknologi AI berpotensi meningkatkan inovasi produk dan layanan melalui proses pengembangan yang lebih cepat serta berbasis data. Selain itu, AI generatif juga dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan mengotomatisasi berbagai tugas rutin dan meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Integrasi teknologi artificial intelligence dalam aktivitas bisnis juga terbukti mampu meningkatkan produktivitas, mempercepat proses pengambilan keputusan, serta mendorong adaptabilitas bisnis dalam menghadapi dinamika pasar di era digital [6]. Dampak tersebut pada akhirnya dapat menghasilkan keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) bagi startup, seperti diferensiasi produk, peningkatan kualitas layanan, serta penguatan posisi di pasar. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa tingkat penggunaan teknologi AI berkorelasi dengan peningkatan produktivitas dan kualitas kinerja bisnis [7], serta berpengaruh positif terhadap peningkatan kinerja kerja ketika didukung oleh tingkat penerimaan teknologi yang tinggi [8]. Dalam konteks startup, pemanfaatan AI generatif juga berperan dalam mendorong inovasi dan transformasi model bisnis melalui integrasi teknologi berbasis data serta pengembangan kapabilitas yang lebih adaptif [9]. Selain itu, implementasi generative artificial intelligence dalam berbagai fungsi bisnis, termasuk analisis data dan pengelolaan risiko, juga dapat berkontribusi pada penciptaan nilai dan peningkatan kinerja bisnis apabila didukung oleh tata kelola teknologi yang efektif [10]. Dengan demikian, AI Generative Adoption dapat berperan sebagai variabel mediasi yang menghubungkan faktor penerimaan teknologi dengan keunggulan kompetitif startup.

Penelitian mengenai pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam bisnis telah berkembang pesat, terutama dalam menjelaskan peran teknologi tersebut dalam meningkatkan inovasi, efisiensi operasional, dan kinerja bisnis di era transformasi digital. Sejumlah studi sebelumnya menunjukkan bahwa integrasi teknologi AI mampu mendorong peningkatan produktivitas, inovasi model bisnis, serta daya saing usaha dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif [6]–[9]. Namun demikian, kajian empiris yang secara khusus meneliti faktor-faktor yang memengaruhi adopsi AI generatif pada startup serta implikasinya terhadap keunggulan kompetitif masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak menekankan pada konteks organisasi umum, sektor publik, maupun UMKM, sehingga belum secara spesifik menjelaskan mekanisme hubungan antara faktor penerimaan teknologi, tingkat adopsi AI generatif, dan keunggulan kompetitif dalam konteks startup digital. Selain itu, penggunaan pendekatan Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menganalisis hubungan antar variabel tersebut juga masih belum banyak dilakukan dalam penelitian terkait. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Ease of Use* terhadap AI Generative Adoption pada startup serta menguji peran adopsi AI generatif dalam meningkatkan *competitive advantage* startup melalui pendekatan SEM-PLS. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dalam memperkaya kajian mengenai adopsi teknologi AI generatif serta implikasinya terhadap penguatan daya saing startup di era ekonomi digital.

2. Metode dan Eksperimen

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis Structural Equation Modeling–Partial Least Squares (SEM-PLS) untuk menguji hubungan antar variabel dalam model penelitian. Metode SEM-PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan struktural antara variabel laten secara simultan serta sesuai digunakan pada penelitian dengan ukuran sampel relatif kecil dan tujuan penelitian yang bersifat prediktif [11]. Selain itu, pendekatan

ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi model pengukuran (*measurement model*) dan model struktural (*structural model*) secara komprehensif dalam satu kerangka analisis. Dengan demikian, SEM-PLS dinilai tepat untuk menganalisis pengaruh faktor penerimaan teknologi terhadap tingkat adopsi Artificial Intelligence (AI) generatif serta implikasinya terhadap keunggulan kompetitif pada startup.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang terlibat dalam aktivitas kerja berbasis teknologi digital. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, yaitu mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju) untuk mengukur persepsi responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Skala Likert merupakan salah satu teknik pengukuran yang umum digunakan dalam penelitian sosial untuk mengukur sikap, persepsi, dan tingkat penerimaan individu terhadap suatu fenomena secara kuantitatif [12]. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini disusun berdasarkan indikator yang merepresentasikan masing-masing variabel penelitian.

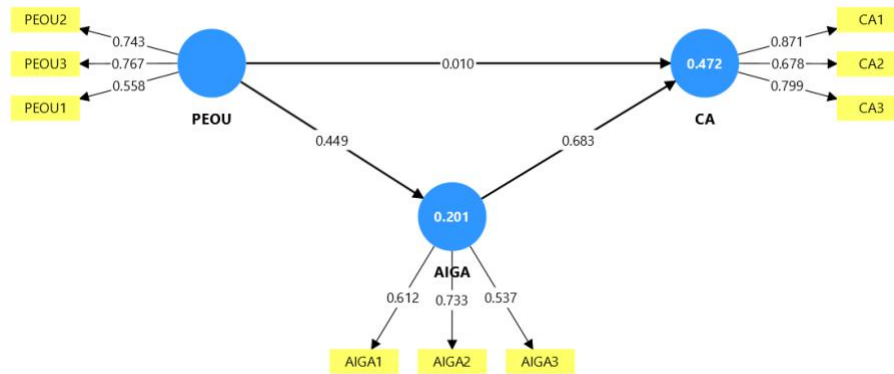
Responden dalam penelitian ini berjumlah 28 orang peserta magang yang terlibat dalam aktivitas kerja di lingkungan startup dan memiliki pengalaman dalam menggunakan atau berinteraksi dengan teknologi AI generatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian. Jumlah sampel tersebut dinilai masih memadai dalam analisis SEM-PLS karena metode ini tidak mensyaratkan ukuran sampel yang besar serta tetap mampu menghasilkan estimasi model yang stabil pada penelitian eksploratif maupun prediktif [11].

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Perceived Ease of Use sebagai variabel independen, AI Generative Adoption sebagai variabel mediasi, serta Competitive Advantage sebagai variabel dependen. Masing-masing variabel diukur menggunakan beberapa indikator yang disusun berdasarkan konsep teoritis yang relevan dengan adopsi teknologi dan pemanfaatan AI generatif dalam aktivitas startup. Rincian variabel dan indikator penelitian disajikan dalam bentuk tabel pada bagian berikutnya. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS untuk menguji validitas dan reliabilitas konstruk pada model pengukuran, serta untuk menganalisis hubungan antar variabel pada model struktural dalam penelitian ini [13].

Tabel 1. Variabel, Definisi, dan Indikator

Variabel	Tipe	Kode	Indikator
Digital Capability (DC)	Independen	DC1	1. Startup saya mampu mengelola dan memanfaatkan data digital secara efektif.
		DC2	2. Tim di startup saya mampu mengembangkan atau menyesuaikan solusi digital sesuai kebutuhan bisnis.
		DC3	3. Startup saya cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi baru.
Innovation Capability (IC)	Mediasi	IC1	1. Startup saya secara rutin menghasilkan ide atau produk baru.
		IC2	2. AI generatif membantu mendorong inovasi dalam startup saya.
		IC3	3. Startup saya mampu mengubah ide menjadi produk/layanan yang bernilai bagi pelanggan.
Operational Efficiency (OE)	Dependen	OE1	1. Penggunaan AI generatif membantu meningkatkan efisiensi kerja.
		OE2	2. Proses kerja menjadi lebih cepat sejak memanfaatkan AI generatif.
		OE3	3. Penggunaan AI generatif membantu mengurangi kesalahan opsional.

Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SmartPLS melalui tahap pengujian PLS-SEM Algorithm (Calculate PLS Algorithm). Tahapan ini digunakan untuk mengevaluasi kualitas model pengukuran (*measurement model* atau *outer model*) dengan menguji validitas dan reliabilitas konstruk.



Gambar. 1 Model Diagram and Intervariable Relationships

Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan SEM-PLS yang menitikberatkan pada evaluasi model pengukuran (outer model) guna menilai kualitas konstruk penelitian. Proses pengujian dilakukan dengan mengamati nilai loading factor untuk mengetahui sejauh mana indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Selanjutnya, validitas konvergen dianalisis melalui nilai Average Variance Extracted (AVE), sedangkan tingkat reliabilitas konstruk dievaluasi menggunakan nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability (rho_c). Kriteria penilaian yang digunakan merujuk pada standar analisis dalam SEM-PLS, di mana nilai loading factor yang baik umumnya berada di atas 0,70, nilai AVE minimal sebesar 0,50, serta nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability melebihi 0,70 sebagai indikator bahwa konstruk memiliki tingkat reliabilitas yang memadai [11]. Hasil pengujian tersebut digunakan untuk memastikan bahwa setiap indikator dalam penelitian ini mampu merepresentasikan variabel yang diteliti secara valid dan reliabel.

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa tidak seluruh konstruk dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas yang direkomendasikan dalam analisis SEM-PLS. Kondisi ini menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap pemanfaatan teknologi AI generatif di lingkungan startup masih memiliki variasi yang cukup tinggi. Variasi tersebut dapat dipengaruhi oleh tingkat pengalaman penggunaan teknologi, pemahaman terhadap AI generatif, serta tingkat integrasi teknologi tersebut dalam aktivitas operasional startup.

Pada variabel Perceived Ease of Use (PEOU), hasil analisis menunjukkan bahwa konstruk ini belum sepenuhnya memenuhi kriteria validitas konvergen dan reliabilitas konstruk. Nilai Average Variance Extracted (AVE) yang masih berada di bawah batas minimal menunjukkan bahwa konstruk ini belum mampu menjelaskan varians indikator secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi AI generatif belum sepenuhnya konsisten di antara responden penelitian. Meskipun demikian, dua indikator pada variabel ini memiliki nilai loading factor yang relatif tinggi, yaitu PEOU2 dan PEOU3, yang menunjukkan bahwa sebagian responden menilai bahwa teknologi AI generatif relatif mudah dipelajari serta tidak memerlukan usaha yang terlalu rumit untuk digunakan dalam aktivitas kerja sehari-hari. Temuan tersebut sejalan dengan konsep Technology Acceptance Model (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi oleh pengguna [14]. Dalam konteks startup, persepsi kemudahan penggunaan menjadi aspek penting karena sebagian besar organisasi startup memiliki sumber daya manusia yang relatif terbatas serta membutuhkan teknologi yang mudah diimplementasikan untuk mendukung aktivitas bisnis yang dinamis. Ketika suatu teknologi dianggap mudah digunakan, pengguna cenderung memiliki tingkat penerimaan yang lebih tinggi terhadap teknologi tersebut, sehingga peluang adopsinya juga menjadi lebih besar.



Pada variabel AI Generative Adoption (AIGA), hasil pengujian menunjukkan bahwa konstruk ini juga belum memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas secara keseluruhan. Nilai AVE dan Composite Reliability yang masih berada di bawah batas yang direkomendasikan menunjukkan bahwa tingkat konsistensi indikator dalam merepresentasikan variabel adopsi AI generatif masih relatif rendah. Kondisi ini dapat mengindikasikan bahwa pemanfaatan AI generatif dalam lingkungan startup yang menjadi objek penelitian belum dilakukan secara menyeluruh dalam berbagai aktivitas bisnis. Beberapa responden mungkin telah menggunakan teknologi AI generatif secara rutin dalam pekerjaan mereka, sementara sebagian lainnya masih berada pada tahap eksplorasi atau pembelajaran dalam memahami potensi teknologi tersebut. Perbedaan tingkat pemanfaatan teknologi ini juga dapat dipengaruhi oleh perbedaan peran responden dalam organisasi startup. Responden yang bekerja pada bidang yang lebih berkaitan dengan teknologi digital kemungkinan memiliki tingkat interaksi yang lebih tinggi dengan AI generatif dibandingkan dengan responden yang bekerja pada fungsi bisnis lainnya. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa tingkat adopsi teknologi digital dalam organisasi sering kali dipengaruhi oleh kesiapan sumber daya manusia, dukungan manajemen, serta ketersediaan infrastruktur teknologi yang memadai [15]. Oleh karena itu, meskipun AI generatif memiliki potensi besar dalam meningkatkan kinerja bisnis, implementasinya dalam startup tetap memerlukan kesiapan organisasi secara menyeluruh.

Berbeda dengan dua variabel sebelumnya, konstruk Competitive Advantage (CA) menunjukkan hasil yang relatif lebih baik. Nilai Average Variance Extracted (AVE) dan Composite Reliability pada konstruk ini telah memenuhi kriteria yang direkomendasikan dalam analisis SEM-PLS, sehingga dapat dikatakan bahwa konstruk ini memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memadai. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam mengukur keunggulan kompetitif mampu merepresentasikan konstruk tersebut secara lebih konsisten dibandingkan dengan konstruk lainnya dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi AI generatif mulai memberikan dampak terhadap peningkatan keunggulan kompetitif startup. Responden dalam penelitian ini cenderung menilai bahwa penggunaan AI generatif dapat membantu startup dalam menciptakan diferensiasi layanan, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat posisi bisnis di pasar. Indikator CA1 menunjukkan nilai loading factor tertinggi dalam konstruk ini, yang menunjukkan bahwa responden merasakan adanya keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui pemanfaatan teknologi AI. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa integrasi teknologi Artificial Intelligence dalam aktivitas bisnis dapat meningkatkan produktivitas, mempercepat proses inovasi, serta memperkuat daya saing perusahaan di era digital [16]. Teknologi AI memungkinkan organisasi untuk memanfaatkan data secara lebih efektif, mengotomatisasi berbagai proses operasional, serta menghasilkan wawasan yang lebih akurat dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam konteks startup, kemampuan tersebut menjadi sangat penting karena startup umumnya beroperasi dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis dan kompetitif.

Selain itu, pemanfaatan AI generatif juga dapat memberikan keuntungan strategis bagi startup dalam mengembangkan produk dan layanan yang lebih inovatif. Teknologi ini memungkinkan startup untuk menghasilkan konten digital, melakukan analisis data secara lebih cepat, serta meningkatkan efisiensi dalam berbagai aktivitas operasional. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa perusahaan yang mampu mengintegrasikan teknologi digital secara efektif cenderung memiliki tingkat inovasi yang lebih tinggi serta kemampuan adaptasi yang lebih baik terhadap perubahan pasar [17]. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan AI generatif memiliki potensi yang signifikan dalam mendukung peningkatan keunggulan kompetitif startup, meskipun tingkat adopsi teknologi tersebut masih belum sepenuhnya konsisten di antara responden penelitian. Variasi tersebut menunjukkan bahwa proses adopsi teknologi AI dalam startup masih berada pada tahap awal implementasi, sehingga diperlukan upaya yang lebih sistematis untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan pengguna dalam memanfaatkan teknologi tersebut.

Oleh karena itu, startup perlu memperkuat kapabilitas digital sumber daya manusia, meningkatkan pelatihan terkait penggunaan teknologi AI generatif, serta mengembangkan strategi integrasi teknologi yang lebih terstruktur dalam aktivitas bisnis. Dengan demikian, teknologi AI generatif tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga dapat menjadi faktor strategis dalam meningkatkan daya saing startup di era ekonomi digital yang semakin kompetitif. Hasil pengujian model pengukuran dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2 yang memuat nilai loading factor, Average Variance Extracted (AVE), Cronbach's Alpha, Composite Reliability, serta Variance Inflation Factor (VIF) pada setiap konstruk dan indikator penelitian.

Tabel 2. Validitas dan Reliabilitas Konstruk



Konstruk & Indikator	Loading Factor	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (rho_c)	VIF	Deskripsi
Perceived Ease of Use (PEOU)		0.484	0.509	0.734		Tidak valid dan tidak reliabel
PEOU1 – Kemudahan pembelajaran AI	0.558				1.441	Tidak valid
PEOU2 – Kemudahan operasional AI	0.743				1.060	Valid
PEOU3 – Kemudahan penggunaan fitur AI	0.767				1.506	Valid
AI Generative Adoption (AIGA)		0.400	0.322	0.663		Tidak valid dan tidak reliabel
AIGA1 – Implementasi AI dalam fungsi bisnis	0.612				1.183	Tidak valid
AIGA2 – Penggunaan rutin AI	0.733				1.006	Valid
AIGA3 – Perkembangan adopsi AI	0.537				1.181	Tidak valid
Competitive Advantage (CA)		0.619	0.685	0.828		
CA1 – Keunggulan kompetitif berbasis AI	0.871				1.795	Valid
CA2 – Diferensiasi produk berbasis AI	0.678				1.159	Tidak valid
CA3 – Penguatan posisi pasar	0.799				1.665	Valid

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Perceived Ease of Use terhadap AI Generative Adoption serta implikasinya terhadap competitive advantage pada startup melalui pendekatan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan teknologi AI generatif belum sepenuhnya menunjukkan tingkat validitas dan reliabilitas konstruk yang optimal, sehingga persepsi pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi masih bervariasi. Kondisi serupa juga terlihat pada variabel adopsi AI generatif yang menunjukkan bahwa tingkat pemanfaatan teknologi tersebut dalam aktivitas kerja startup masih belum konsisten di antara responden. Sebaliknya, variabel competitive advantage menunjukkan tingkat validitas dan reliabilitas yang lebih baik, yang mengindikasikan bahwa pemanfaatan teknologi AI generatif mulai memberikan kontribusi terhadap peningkatan keunggulan kompetitif startup, khususnya dalam aspek diferensiasi layanan, peningkatan kualitas produk, serta penguatan posisi bisnis di pasar. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan AI generatif memiliki potensi dalam mendukung peningkatan daya saing startup, namun implementasinya masih memerlukan peningkatan kapabilitas digital serta pemahaman pengguna agar teknologi tersebut dapat dimanfaatkan secara lebih optimal dalam aktivitas bisnis.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Lembaga Riset AI Creation (LRAC) yang telah memfasilitasi dalam penelitian ini. Beberapa kontribusi penulis di antaranya, **Neni Alyani** berkontribusi dalam konseptualisasi, pengembangan metodologi, serta penelaahan naskah. **Muhammad Rizky** berkontribusi dalam analisis formal dan analisis kuantitatif. **Hulwatul Adzro** berkontribusi dalam analisis formal, penyuntingan naskah, dan analisis kuantitatif. **M Miftahul Madya** berkontribusi dalam konseptualisasi, pengembangan metodologi, investigasi, analisis kuantitatif, penyusunan draf awal, serta penelaahan dan penyuntingan naskah.



Daftar Pustaka

- [1] M. Looi, "Developers in the Age of AI: Adoption, Policy, and Diffusion of AI Software Engineering Tools," arXiv preprint arXiv:2601.21305, 2026.
- [2] J. Kim and H. Kim, "User perceptions and intentions to continue using generative AI tools in the design process," *Edelweiss Applied Science and Technology*, vol. 9, no. 4, pp. 24–31, 2025.
- [3] Y. Wang et al., "Exploring Generation Z's acceptance of artificial intelligence using the Technology Acceptance Model," *Education Sciences*, vol. 15, no. 8, 2024.
- [4] M. Purnomo et al., "Implementasi Technology Acceptance Model terhadap Adopsi Teknologi Artificial Intelligence pada Startup Digital," *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, vol. 9, no. 2, 2021.
- [5] U. Bakti et al., "Pengembangan Model Inkubasi Startup Digital Berbasis Kecerdasan Buatan untuk Pemberdayaan Mahasiswa dan UMKM Menuju Ekonomi Kreatif," vol. 2, no. 1, 2025.
- [6] S. Alamsyah and S. Muharram, "Urgensi Integrasi Artificial Intelligence dalam Meningkatkan Adaptabilitas dan Kinerja Bisnis di Era Digital," *Prosiding Seminar Nasional Surakarta*, vol. 2, 2024.
- [7] A. Astuti, T. A. Januarty, and S. Y. Rahmasari, "The influence of perceived benefits and ease of use on artificial intelligence adoption in accounting," *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Keuangan*, vol. 7, no. 3, 2025.
- [8] M. N. Ferdinand and Chalimah, "Pengaruh Artificial Intelligence (AI) Berbasis ChatGPT Terhadap Kinerja Pegawai Pemerintahan Dengan Penerimaan Teknologi Sebagai Variabel Moderasi," *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, vol. 7, no. 2, 2024.
- [9] D. Irawan and T. Sugiharti, "Konfigurasi Strategis Menuju Inovasi: Tinjauan Literatur Kualitatif tentang Peran AI Generatif dalam Start-up Era Transformasi Digital," *Studia Ekonomika*, vol. 24, no. 1, 2026.
- [10] A. Syaputra and A. Marantika, "Peran Generative Artificial Intelligence dalam Analisis dan Pengendalian Risiko Keuangan Perusahaan," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, 2026.
- [11] J. F. Hair, G. T. M. Hult, C. M. Ringle, and M. Sarstedt, *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, 2017.
- [12] R. Likert, "A technique for the measurement of attitudes," *Archives of Psychology*, vol. 22, no. 140, pp. 1–55, 1932.
- [13] C. M. Ringle, S. Wende, and J.-M. Becker, "SmartPLS 3," SmartPLS GmbH, Boenningstedt, Germany, 2015.
- [14] F. D. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, vol. 13, no. 3, pp. 319–340, 1989.
- [15] T. H. Davenport and R. Ronanki, "Artificial intelligence for the real world," *Harvard Business Review*, vol. 96, no. 1, pp. 108–116, 2018.
- [16] E. Brynjolfsson and A. McAfee, *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. New York: W. W. Norton & Company, 2014.
- [17] M. Porter and J. Heppelmann, "How smart, connected products are transforming competition," *Harvard Business Review*, vol. 92, no. 11, pp. 64–88, 2014.