

Pengaruh Pemanfaatan *Generative AI* terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM

The Impact of Generative AI Utilization on the Effectiveness of Digital Content Creation for MSMEs

Irhamullah¹, Ayu Angreini²

¹Program Studi Teknologi Rekayasa Komputer dan Jaringan, Politeknik Wahdah Islamiyah Makassar, Indonesia; Email: irhamullah01@gmail.com

²Program Studi Teknologi Rekayasa Komputer dan Jaringan, Politeknik Wahdah Islamiyah Makassar, Indonesia; Email: ayuangreini28@gmail.com

Article History

Received: 2026-04-04
Revised: 2026-04-15
Accepted: 2026-04-20
Published: 2026-04-30

Keywords:

Generative AI, MSMEs, digital content, effectiveness, Task-Technology Fit

Corresponding author:

irhamullah01@gmail.com

Paper type:

Research paper



Program Studi Teknologi Rekayasa
Komputer dan Jaringan, Politeknik
Wahdah Islamiyah Makassar, Indonesia

Abstract

The use of Generative Artificial Intelligence (GenAI) is increasingly developing in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), including digital content creation activities. This technology can assist business owners in generating ideas, text, visual materials, and other forms of content. This study aims to analyze the effect of Generative AI utilization on the effectiveness of digital content creation among MSMEs. The study employed a quantitative approach with an explanatory design. Data were collected through a five-point Likert-scale questionnaire from 110 MSME actors who used Generative AI to support digital content creation. The instrument consisted of 24 items, with 12 items measuring Generative AI Utilization (X) and 12 items measuring Digital Content Creation Effectiveness (Y). Data were analyzed using validity, reliability, normality, heteroscedasticity, simple linear regression, t-test, and coefficient of determination tests. The results show that all items were valid and reliable. Generative AI utilization had a positive and significant effect on digital content creation effectiveness, with a regression coefficient of 0.559 and a t-value of 7.957 ($p < 0.001$). The R^2 value of 0.370 indicates that 37.0% of the variation in digital content creation effectiveness was explained by Generative AI utilization. Thus, better utilization of Generative AI is associated with greater effectiveness in digital content creation among MSMEs. Keywords: Generative AI; MSMEs; digital content; effectiveness; Task-Technology Fit

Abstrak

Pemanfaatan Generative Artificial Intelligence (GenAI) semakin berkembang dalam aktivitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), termasuk dalam proses pembuatan konten digital. Teknologi ini dapat membantu pelaku usaha menghasilkan ide, teks, visual, serta berbagai bentuk konten lainnya. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pemanfaatan Generative AI terhadap efektivitas pembuatan konten digital pada UMKM. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatori. Data diperoleh melalui kuesioner skala Likert 1–5 dari 110 pelaku UMKM yang menggunakan Generative AI untuk membantu pembuatan konten digital. Instrumen terdiri atas 24 item, yaitu 12 item untuk variabel Pemanfaatan Generative AI (X) dan 12 item untuk Efektivitas Pembuatan Konten Digital (Y). Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil menunjukkan seluruh item valid dan reliabel. Pemanfaatan Generative AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas pembuatan konten digital dengan koefisien regresi 0,559 dan nilai t 7,957 ($p < 0,001$). Nilai R^2 sebesar 0,370 menunjukkan bahwa 37,0% variasi efektivitas pembuatan konten digital dapat dijelaskan oleh pemanfaatan Generative AI. Dengan demikian, semakin baik pemanfaatan Generative AI, semakin tinggi efektivitas pembuatan konten digital pada UMKM. Kata kunci: Generative AI; UMKM; konten digital; efektivitas; Task-Technology Fit

Copyright © 2026 Authors.

Cite this article:

Irhamullah, & Angreini, A. (xxxx). Pengaruh Pemanfaatan *Generative AI* terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM. *WITECH: Jurnal Teknologi Rekayasa Komputer dan Jaringan*, 2(1), 72-80. <https://journal.uwais.ac.id/index.php/witech/article/view/83>.



1. Pendahuluan

Transformasi digital mendorong Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk semakin aktif memanfaatkan teknologi dalam kegiatan bisnis, termasuk pemasaran dan pembuatan konten digital. Konten digital menjadi bagian penting dalam komunikasi usaha karena digunakan untuk menyampaikan informasi produk, membangun daya tarik visual, serta menjangkau konsumen melalui berbagai platform digital.

Perkembangan Generative Artificial Intelligence (GenAI) memberikan alternatif baru bagi UMKM dalam menghasilkan konten. Teknologi ini mampu membantu pengguna menghasilkan teks, ide, gambar, dan berbagai bentuk materi komunikasi berdasarkan instruksi yang diberikan. Bagi UMKM yang memiliki keterbatasan waktu, tenaga, maupun sumber daya produksi, kemampuan tersebut berpotensi menyederhanakan proses pembuatan konten.

Pemanfaatan GenAI dalam aktivitas pemasaran semakin relevan karena proses pembuatan konten sering mencakup beberapa tahapan, mulai dari mencari ide, menyusun teks atau caption, mengembangkan konsep visual, hingga menyiapkan materi untuk media sosial. Adrian dan Sahono (2026) membahas pemanfaatan GenAI dalam efisiensi produksi konten media sosial untuk pemasaran digital UMKM. Penelitian Putri et al. (2025) juga menunjukkan relevansi ChatGPT dalam strategi pemasaran konten UMKM.

Namun, manfaat GenAI tidak semata-mata ditentukan oleh seberapa sering teknologi digunakan. Murniati et al. (2026) menemukan bahwa *perceived usefulness* dan *organizational support* berhubungan positif dengan produktivitas UMKM, sementara intensitas adopsi GenAI tidak menunjukkan pengaruh langsung yang signifikan terhadap produktivitas. Temuan tersebut menunjukkan pentingnya melihat bagaimana teknologi digunakan dan apakah kemampuannya sesuai dengan pekerjaan yang dilakukan.

Perspektif tersebut sejalan dengan Task-Technology Fit (TTF) yang dikembangkan Goodhue dan Thompson (1995). TTF menjelaskan bahwa teknologi memberikan dampak yang lebih baik terhadap kinerja ketika kemampuan teknologi sesuai dengan kebutuhan tugas pengguna. Dalam konteks pembuatan konten digital, GenAI dapat memberikan manfaat ketika kemampuannya sesuai dengan kebutuhan pengguna, misalnya untuk menghasilkan ide, teks, maupun elemen visual.

Penelitian Pangkey dan Lintong (2026) juga memberikan bukti bahwa penggunaan GenAI sebagai alat bantu pada aktivitas *microenterprise* dapat meningkatkan sejumlah indikator kualitas dan performa penjualan digital. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa manfaat GenAI semakin relevan ketika teknologi diarahkan pada tugas bisnis tertentu.

Berdasarkan penelitian terdahulu, masih terdapat ruang untuk menguji secara kuantitatif hubungan antara pemanfaatan GenAI dan efektivitas pembuatan konten digital pada UMKM. Penelitian ini memfokuskan pemanfaatan GenAI pada kemudahan penggunaan, intensitas atau pengalaman penggunaan, kemampuan Generative AI, dan kesesuaian dengan kebutuhan. Efektivitas pembuatan konten digital diukur melalui efisiensi waktu, produktivitas, kualitas konten, dan efisiensi sumber daya.

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh Pemanfaatan Generative AI terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM. Hasil penelitian diharapkan memberikan kontribusi empiris mengenai peran GenAI dalam mendukung aktivitas pembuatan konten serta memberikan implikasi praktis bagi UMKM dalam memanfaatkan teknologi secara lebih sesuai dengan kebutuhan tugas.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 *Generative Artificial Intelligence*

Generative Artificial Intelligence merupakan teknologi kecerdasan buatan yang mampu menghasilkan konten baru berdasarkan input atau instruksi pengguna. Dalam aktivitas bisnis, GenAI dapat digunakan untuk mendukung ideasi, penyusunan teks, pengembangan visual, dan berbagai materi komunikasi digital. Kemampuan tersebut menjadikan GenAI relevan bagi UMKM yang membutuhkan produksi konten secara konsisten dengan sumber daya yang terbatas.

2.2 *Pemanfaatan Generative AI*

Pemanfaatan Generative AI dalam penelitian ini didefinisikan sebagai tingkat penggunaan dan kemampuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi GenAI untuk mendukung proses pembuatan konten digital. Konstruk ini dioperasionalkan melalui empat aspek, yaitu (1) kemudahan penggunaan, (2) intensitas/pengalaman penggunaan, (3) kemampuan Generative AI, dan (4) kesesuaian dengan kebutuhan.

2.3 *Efektivitas Pembuatan Konten Digital*

Efektivitas pembuatan konten digital mengacu pada kemampuan pelaku UMKM menghasilkan konten secara lebih efisien dan sesuai dengan kebutuhan komunikasi usaha. Konstruk ini diukur melalui empat aspek, yaitu efisiensi waktu, produktivitas, kualitas konten, dan efisiensi sumber daya.

2.4 *Task-Technology Fit*

Task-Technology Fit (TTF) menjelaskan bahwa teknologi akan memberikan dampak yang lebih baik terhadap kinerja apabila karakteristik teknologi sesuai dengan kebutuhan tugas pengguna. Goodhue dan Thompson (1995) menempatkan kesesuaian teknologi dengan tugas sebagai faktor penting dalam menjelaskan pemanfaatan dan kinerja. Dalam penelitian ini, TTF digunakan sebagai landasan teoritis untuk menjelaskan mengapa pemanfaatan GenAI dapat berkaitan dengan efektivitas pembuatan konten. Empat aspek pengukuran variabel X bukan diklaim sebagai dimensi asli TTF, melainkan operasionalisasi konstruk Pemanfaatan Generative AI yang dianalisis dalam konteks tugas pembuatan konten.

2.5 *Penelitian Terdahulu dan Hipotesis*

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa GenAI berpotensi mendukung pemasaran dan produksi konten UMKM, tetapi manfaatnya dipengaruhi oleh cara teknologi digunakan dan kesesuaiannya dengan kebutuhan pekerjaan. Berdasarkan perspektif TTF dan temuan empiris tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis:

Pemanfaatan Generative AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM.

3. Metode Penelitian

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain explanatory untuk menguji pengaruh Pemanfaatan Generative AI terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM.

Populasi penelitian adalah pelaku UMKM yang menggunakan Generative AI untuk membantu pembuatan atau pengembangan konten digital. Sampel berjumlah 110 responden dan diperoleh dengan teknik convenience sampling. Kriteria responden

adalah pelaku yang berperan sebagai pemilik atau pengelola UMKM, pernah menggunakan Generative AI, dan memanfaatkannya untuk membantu aktivitas pembuatan konten digital.

Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, dari 1 (sangat tidak setuju) sampai 5 (sangat setuju). Instrumen terdiri atas 24 item, yaitu 12 item untuk variabel Pemanfaatan Generative AI dan 12 item untuk Efektivitas Pembuatan Konten Digital.

Variabel Pemanfaatan Generative AI terdiri atas kemudahan penggunaan, intensitas/pengalaman penggunaan, kemampuan Generative AI, dan kesesuaian dengan kebutuhan. Variabel Efektivitas Pembuatan Konten Digital terdiri atas efisiensi waktu, produktivitas, kualitas konten, dan efisiensi sumber daya.

Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, heteroskedastisitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Karakteristik Responden

Penelitian melibatkan 110 responden. Distribusi karakteristik responden berdasarkan jenis usaha, lama usaha, lama penggunaan GenAI, platform GenAI yang paling sering digunakan, dan jenis konten yang dibuat dengan bantuan GenAI disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1. Jenis Usaha Responden

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
Kuliner	29	26,4
Jasa	19	17,3
Perdagangan	16	14,5
Fashion	13	11,8
Pertanian	12	10,9
Teknologi	9	8,2
Kerajinan	6	5,5
Lainnya	6	5,5
Total	110	100,0

Tabel 2. Lama Usaha

Lama Usaha	Frekuensi	Persentase (%)
< 1 tahun	12	10,9
1–3 tahun	36	32,7
> 3–5 tahun	32	29,1
> 5 tahun	30	27,3
Total	110	100,0

Tabel 3. Lama Menggunakan Generative AI

Lama Penggunaan	Frekuensi	Persentase (%)
< 6 bulan	17	15,5
6–12 bulan	23	20,9
> 1–2 tahun	43	39,1
> 2 tahun	27	24,5
Total	110	100,0

Tabel 4. Generative AI yang Paling Sering Digunakan

Platform	Frekuensi	Persentase (%)
ChatGPT	51	46,4
Canva AI	21	19,1
Gemini	15	13,6
DeepSeek	13	11,8
Meta AI	4	3,6
Claude	4	3,6
Lainnya	2	1,8
Total	110	100,0

Tabel 5. Jenis Konten yang Dibuat dengan Bantuan Generative AI

Jenis Konten	Frekuensi	Persentase (%)
Image/design	23	20,9
Audio	19	17,3
Product description	15	13,6
Idea/concept	15	13,6
Video	14	12,7
Text/caption	14	12,7
Social media content	10	9,1
Total	110	100,0

4.2 Statistik Deskriptif

Tabel 6. Statistik Deskriptif Variabel

Variabel	N	Mean	Std. Deviation
Pemanfaatan Generative AI (X)	110	2,984	0,954
Efektivitas Pembuatan Konten Digital (Y)	110	2,960	0,878

Rata-rata Pemanfaatan Generative AI sebesar 2,984 menunjukkan tingkat pemanfaatan yang berada pada kisaran menengah. Sementara itu, rata-rata Efektivitas Pembuatan Konten Digital sebesar 2,960 menunjukkan tingkat efektivitas yang relatif sejalan. Pada variabel X, rata-rata aspek kemudahan penggunaan sebesar 2,927; intensitas/pengalaman penggunaan 3,006; kemampuan Generative AI 2,964; dan kesesuaian dengan kebutuhan 3,039. Pada variabel Y, rata-rata efisiensi waktu sebesar 2,900; produktivitas 2,939; kualitas konten 2,991; dan efisiensi sumber daya 3,009.

4.3 Uji Validitas

Dengan jumlah responden 110, nilai r tabel pada taraf signifikansi 5% adalah sekitar 0,187. Seluruh item memiliki nilai korelasi item-total di atas r tabel sehingga seluruh item dinyatakan valid.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Pemanfaatan Generative AI (X)

Item X	r hitung	Status
X1	0,841	Valid
X2	0,74	Valid
X3	0,845	Valid
X4	0,765	Valid

X5	0,806	Valid
X6	0,771	Valid
X7	0,794	Valid
X8	0,79	Valid
X9	0,82	Valid
X10	0,802	Valid
X11	0,818	Valid
X12	0,73	Valid

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Efektivitas Pembuatan Konten Digital (Y)

Item Y	r hitung	Status
Y1	0,771	Valid
Y2	0,74	Valid
Y3	0,812	Valid
Y4	0,681	Valid
Y5	0,769	Valid
Y6	0,731	Valid
Y7	0,737	Valid
Y8	0,777	Valid
Y9	0,735	Valid
Y10	0,677	Valid
Y11	0,7	Valid
Y12	0,785	Valid

4.4 Uji Reliabilitas

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pemanfaatan Generative AI (X)	0,959	Reliabel
Efektivitas Pembuatan Konten Digital (Y)	0,945	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha kedua variabel lebih besar dari 0,70. Dengan demikian, instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang sangat baik.

4.5 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas residual menggunakan Shapiro-Wilk menghasilkan nilai statistik 0,989 dengan signifikansi 0,524. Karena $p > 0,05$, residual dapat dinyatakan berdistribusi normal. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Glejser menghasilkan nilai signifikansi 0,707 untuk variabel Pemanfaatan Generative AI. Karena $p > 0,05$, tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas.

4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan:

$$Y = 1,292 + 0,559X$$

Koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa peningkatan Pemanfaatan Generative AI diikuti peningkatan Efektivitas Pembuatan Konten Digital.

4.7 Uji Hipotesis

Tabel 10. Hasil Uji Regresi dan Uji Hipotesis

Variabel	B	Std. Error	t	Sig.
Konstanta	1,292	0,220	5,870	<0,001
Pemanfaatan Generative AI	0,559	0,070	7,957	<0,001

Nilai t hitung sebesar 7,957 lebih besar daripada t tabel sekitar 1,982 dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima. Pemanfaatan Generative AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM.

4.8 Koefisien Determinasi

Nilai korelasi antara Pemanfaatan Generative AI dan Efektivitas Pembuatan Konten Digital adalah 0,608. Nilai R^2 sebesar 0,370 menunjukkan bahwa 37,0% variasi efektivitas pembuatan konten digital dapat dijelaskan oleh Pemanfaatan Generative AI, sedangkan 63,0% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

4.9 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemanfaatan Generative AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin baik pelaku UMKM memanfaatkan GenAI, semakin efektif proses pembuatan konten yang dilakukan.

Temuan tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif Task-Technology Fit. Dalam pembuatan konten, pelaku UMKM menghadapi tugas seperti mencari ide, membuat caption, menyusun informasi produk, mengembangkan konsep visual, dan menyiapkan materi untuk media sosial. GenAI menyediakan kemampuan yang dapat mendukung berbagai tugas tersebut. Ketika kemampuan teknologi sesuai dengan kebutuhan tugas, teknologi berpotensi memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap kinerja pengguna (Goodhue & Thompson, 1995).

Hasil penelitian juga sejalan dengan Adrian dan Sahono (2026) yang menempatkan GenAI sebagai teknologi yang dapat mendukung efisiensi produksi konten media sosial UMKM. Temuan Putri et al. (2025) mengenai pemanfaatan ChatGPT dalam strategi pemasaran konten UMKM juga memperkuat relevansi GenAI dalam mendukung aktivitas produksi konten.

Temuan penelitian ini perlu dibaca secara lebih hati-hati dibandingkan klaim bahwa penggunaan GenAI secara otomatis meningkatkan produktivitas. Murniati et al. (2026) menemukan bahwa intensitas adopsi GenAI tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap produktivitas UMKM. Perbedaan tersebut dapat dijelaskan karena penelitian ini mengukur pemanfaatan GenAI secara lebih luas, tidak hanya berdasarkan intensitas penggunaan, tetapi juga kemampuan teknologi, pengalaman penggunaan, kemudahan, dan kesesuaian dengan kebutuhan.

Penelitian Pangkey dan Lintong (2026) memberikan dukungan empiris tambahan bahwa GenAI dapat memberikan manfaat ketika diarahkan pada aktivitas bisnis tertentu. Meskipun konteks penelitian mereka berkaitan dengan kemampuan microenterprise dan performa penjualan digital, hasil tersebut mendukung argumentasi bahwa kesesuaian penggunaan teknologi dengan tugas menjadi faktor penting dalam menghasilkan manfaat.

Nilai R^2 sebesar 0,370 menunjukkan bahwa Pemanfaatan Generative AI bukan satu-satunya faktor yang menentukan efektivitas pembuatan konten. Sebesar 63,0%

variasi efektivitas masih dapat dipengaruhi faktor lain, seperti kemampuan digital, kreativitas, pengalaman pemasaran, kualitas strategi konten, karakteristik platform, dan faktor organisasi. Oleh karena itu, GenAI sebaiknya dipandang sebagai teknologi pendukung yang manfaatnya tetap bergantung pada kemampuan pengguna dan konteks pekerjaan.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Pemanfaatan Generative AI berpengaruh positif dan signifikan terhadap Efektivitas Pembuatan Konten Digital pada UMKM. Hasil regresi menghasilkan koefisien sebesar 0,559 dengan nilai t sebesar 7,957 dan signifikansi kurang dari 0,001. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima.

Nilai R^2 sebesar 0,370 menunjukkan bahwa Pemanfaatan Generative AI menjelaskan 37,0% variasi Efektivitas Pembuatan Konten Digital. Hasil tersebut menunjukkan bahwa GenAI dapat menjadi salah satu faktor pendukung efektivitas pembuatan konten pada UMKM, tetapi bukan satu-satunya faktor yang menentukan.

6. Implikasi

Secara praktis, pelaku UMKM dapat memanfaatkan GenAI untuk mendukung berbagai tahapan pembuatan konten, mulai dari pencarian ide, penyusunan teks dan caption, pengembangan konsep visual, hingga penyempurnaan materi komunikasi. Pemilihan teknologi sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan tugas agar manfaat yang diperoleh lebih optimal.

Bagi pendamping atau lembaga pengembangan UMKM, hasil penelitian menunjukkan pentingnya meningkatkan literasi GenAI dan kemampuan menyusun instruksi atau prompt, bukan sekadar mendorong pelaku usaha untuk menggunakan teknologi.

Secara teoritis, penelitian memberikan dukungan empiris terhadap penggunaan perspektif Task-Technology Fit dalam menjelaskan hubungan antara pemanfaatan teknologi dan efektivitas aktivitas kerja pada konteks pembuatan konten digital UMKM.

7. Keterbatasan dan Saran

Penelitian memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian hanya menggunakan satu variabel independen sehingga belum menjelaskan seluruh faktor yang dapat memengaruhi efektivitas pembuatan konten digital. Kedua, penggunaan convenience sampling membatasi generalisasi hasil terhadap seluruh populasi UMKM. Ketiga, data diperoleh melalui persepsi responden sehingga masih memungkinkan adanya subjektivitas.

Penelitian selanjutnya dapat memasukkan variabel lain seperti literasi digital, kreativitas, pengalaman menggunakan AI, kualitas prompt, atau strategi digital marketing. Penelitian berikutnya juga dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan teknik sampling yang lebih representatif.

Daftar Pustaka

- Adrian, F., & Sahono, M. F. (2026). Pemanfaatan generative artificial intelligence (AI) dalam efisiensi produksi konten media sosial untuk pemasaran digital UMKM. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 4(3). <https://doi.org/10.62281/b8xd5j13>
- Ghonisyah, G. A. A., & Asyiah, A. K. (2025). The amplification of generative artificial intelligence (AI) in content marketing for women micro-entrepreneurs:

- Qualitative case study approach. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 11(3), 724. <https://doi.org/10.17358/ijbe.11.3.724>
- Goodhue, D. L., & Thompson, R. L. (1995). Task-technology fit and individual performance. *MIS Quarterly*, 19(2), 213–236. <https://doi.org/10.2307/249689>
- Murniati, M., Rianto, S., Nazzal, A. G. T., & Sekardhani, M. (2026). Generative artificial intelligence productivity in Indonesian micro, small, and medium enterprises. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 15(2), 515–530. <https://doi.org/10.15408/sjie.v15i2.51244>
- Pangkey, D. A. J. P., & Lintong, E. H. (2026). Generative artificial intelligence equalises low-digital microenterprise capability. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 10(1), 110–124. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2026.v10.i1.7596>
- Putri, H. Y., Neni, L., & Nurlela. (2025). Efektivitas ChatGPT dalam strategi pemasaran konten pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kota Medan. *Journal of Science and Social Research*, 8(4), 3845–3850. <https://doi.org/10.54314/jssr.v8i4.4392>
- Shadiq, M. A., Suciawan, A. G., Tasak, F. R. R., Wijaya, R., Chandra, A., Tan, W., Setiawan, D. E., & Suade, Y. K. M. (2024). Pelatihan pemasaran Instagram untuk UMKM Nasi Tumpeng Kang Ca'di: Pemanfaatan ChatGPT dan Canva. *Prapanca: Jurnal Abdimas*, 4(2), 123–134. <https://doi.org/10.37826/prapanca.v4i2.650>
- Sihite, T. G. K., & Rahmah, N. A. (2025). Analisis task technology fit pada aplikasi SIPD penatausahaan keuangan dalam meningkatkan kinerja aparatur di Pemerintah Kota Bandung. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 8(1), 489–497. <https://doi.org/10.31539/costing.v8i1.14473>

Pernyataan Penulis

Penulis menyatakan bahwa naskah ini merupakan karya orisinal, tidak sedang dipublikasikan atau diajukan untuk publikasi di jurnal lain, dan seluruh penulis telah membaca serta menyetujui versi akhir naskah.