

JPRO

Vol. 5 No. 1 Tahun 2024

E-ISSN: 27755967

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS PADA ADOPTSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU BISNIS SURABAYA

Hironimus Hari Kurniawan¹, Ditya Wardana²
Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang, Indonesia^{1, 2}

✉ Corresponding Author:

Nama Penulis: Hironimus Hari Kurniawan

E-mail: hari.kurniawan@asia.ac.id

Abstract: *This study aims to explore the roles of perceived value and technological readiness in the adoption of premium Artificial Intelligence (AI) features among entrepreneurs in Surabaya, Indonesia. The population of this study comprises active entrepreneurs in Surabaya who are currently using or planning to use premium AI features. The sampling technique used is purposive sampling, with a total sample of 217 entrepreneurs. Data were collected through an online survey distributed via Meta Ads and analyzed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Key findings from this study indicate that perceived value and technological readiness significantly influence the adoption of premium AI features, with the regression model explaining 77% of the variance in AI adoption ($R^2 = 0.77$). Cronbach's alpha values for internal consistency of survey items were 0.87 for perceived value and 0.82 for technological readiness. Qualitative analysis of open-ended responses revealed that entrepreneurs perceive significant benefits from AI in terms of operational efficiency and data analytics, despite challenges such as the need for better training and high costs. In conclusion, this study highlights the importance of enhancing perceived value and technological readiness to drive the adoption of premium AI features. AI developers and policymakers should focus on strategies to improve usability, ease of use, and infrastructure support to facilitate broader and more effective adoption among entrepreneurs in emerging markets.*

Keywords: *Perceived Value, Technological Readiness, Artificial Intelligence.*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi dalam adopsi fitur premium Artificial Intelligence (AI) di kalangan pelaku bisnis di Surabaya, Indonesia. Populasi penelitian ini adalah pelaku bisnis yang aktif di Surabaya yang menggunakan atau berencana menggunakan fitur premium AI. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan total sampel sebanyak 217 pelaku bisnis. Data dikumpulkan melalui survei online yang didistribusikan menggunakan Meta Ads dan dianalisis menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi secara signifikan mempengaruhi adopsi fitur premium AI, dengan model regresi menjelaskan 77% dari varians dalam adopsi AI ($R^2 = 0.77$). Nilai Cronbach's alpha untuk konsistensi internal item survei adalah 0.87 untuk nilai yang dirasakan dan 0.82 untuk kesiapan teknologi. Analisis kualitatif dari jawaban terbuka mengungkapkan bahwa pelaku bisnis melihat manfaat signifikan dari AI dalam meningkatkan efisiensi operasional dan analitik data, meskipun ada tantangan seperti kebutuhan pelatihan dan biaya tinggi. Kesimpulannya, penelitian ini menyoroti pentingnya meningkatkan nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi untuk mendorong adopsi fitur*

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

premium AI. Pengembang AI dan pembuat kebijakan harus fokus pada strategi untuk meningkatkan kegunaan, kemudahan penggunaan, dan dukungan infrastruktur untuk memfasilitasi adopsi yang lebih luas dan efektif di kalangan pelaku bisnis di pasar yang sedang berkembang.

Kata kunci: *Perceived Value, Technological Readiness, Artificial Intelligence*

1. PENDAHULUAN

Adopsi teknologi Kecerdasan Buatan / Artificial Intelligence (AI) semakin krusial untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan efisiensi operasional di berbagai sektor bisnis. Pasar AI global telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, didorong oleh integrasi AI ke dalam berbagai industri serta kemajuan teknologi yang membuat alat AI lebih mudah diakses dan kuat. Diperkirakan pada tahun 2024, pasar AI global akan mencapai \$227,46 miliar, dengan aplikasi yang mencakup sektor kesehatan, keuangan, ritel, dan manufaktur (Techreport, 2023). Beberapa platform AI yang populer dan mendukung produktivitas bisnis antara lain ChatGPT, yang digunakan untuk pembuatan konten, asisten virtual, dan analisis percakapan; Gemini, yang mengoptimalkan pemrosesan informasi multimodal termasuk teks, gambar, dan audio serta menyediakan kemampuan coding canggih; Midjourney, yang memfasilitasi penciptaan konten visual; Blackbox, yang membantu pengembang dengan penyelesaian kode otomatis dan saran debugging; serta Canva, yang mempermudah desain grafis dan pemasaran digital. Penggunaan platform-platform ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Untuk pelaku bisnis, terutama di pasar berkembang seperti Surabaya, Indonesia, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi fitur premium AI sangat penting. Teknologi AI menawarkan peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan operasi mereka, meningkatkan pengambilan keputusan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Namun, adopsi teknologi ini juga menghadirkan tantangan, termasuk kesiapan teknologi, nilai yang dirasakan, serta kebutuhan akan

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

tata kelola dan pertimbangan etika yang tepat. Dengan menggunakan platform AI seperti ChatGPT untuk meningkatkan komunikasi dan layanan pelanggan, Gemini untuk analisis data yang lebih mendalam dan penyelesaian kode otomatis, Midjourney untuk konten visual kreatif, Blackbox untuk penyelesaian kode otomatis, dan Canva untuk desain grafis, pelaku bisnis dapat mengatasi beberapa tantangan ini dan memanfaatkan teknologi AI untuk mencapai tujuan bisnis mereka. Melalui pemahaman yang mendalam tentang manfaat dan tantangan yang terkait dengan adopsi AI, pelaku bisnis dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam mengintegrasikan teknologi ini ke dalam strategi bisnis mereka/ Untuk pelaku bisnis, terutama di pasar berkembang seperti Surabaya, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi fitur premium AI sangat penting.

Teknologi AI menawarkan peluang besar bagi bisnis untuk meningkatkan operasi mereka, meningkatkan pengambilan keputusan, dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Namun, adopsi teknologi ini juga menghadirkan tantangan, termasuk kesiapan teknologi, nilai yang dirasakan, serta kebutuhan akan tata kelola dan pertimbangan etika yang tepat. Studi terbaru menunjukkan bahwa perusahaan telah melampaui tahap proof-of-concepts dan uji coba terbatas AI, kini mengimplementasikan AI di seluruh organisasi mereka sebagai respons terhadap percepatan digital terkait pandemi dan pematangan alat AI yang tersedia (Juniper Networks, 2022). Perubahan ini menekankan pentingnya kesiapan teknologi, yang mencakup ketersediaan infrastruktur yang diperlukan, keterampilan teknis, dan sikap positif terhadap adopsi teknologi baru. Sebagai contoh, dalam industri konstruksi, adopsi AI menunjukkan manfaat yang signifikan dalam meningkatkan perencanaan proyek, peramalan risiko, dan produktivitas, meskipun masih ada tantangan karena sifat industri yang terfragmentasi dan masalah akuisisi serta retensi data (Regona et al., 2022). Selain itu, nilai yang dirasakan dari teknologi AI memainkan peran penting dalam adopsinya. Nilai yang dirasakan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan manfaat nyata yang dapat diberikan oleh AI terhadap operasi bisnis.

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

Studi telah menunjukkan bahwa bisnis yang memanfaatkan AI untuk analitik data, peningkatan layanan pelanggan, dan efisiensi operasional melaporkan peningkatan pendapatan dan struktur biaya yang lebih baik (Castillo & Taherdoost, 2023). Penelitian di Indonesia juga menunjukkan tren yang serupa. Menurut Susanti et al. (2022), adopsi AI di kalangan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan, terutama dalam sektor ritel dan manufaktur. Studi ini menekankan pentingnya kesiapan teknologi dan persepsi nilai sebagai faktor kunci yang mempengaruhi keputusan adopsi AI di kalangan pelaku bisnis Indonesia. Studi lain oleh Hartono (2021) dan Wijaya et al. (2020) juga menekankan peran budaya organisasi dan kepemimpinan dalam mendorong adopsi AI di perusahaan Indonesia. Meskipun banyak penelitian telah menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi AI, masih terdapat kekurangan dalam pemahaman tentang bagaimana Perceived Value dan Technology Readiness secara spesifik mempengaruhi adopsi fitur premium AI di pasar berkembang seperti Indonesia.

Sebagian besar penelitian sebelumnya berfokus pada pasar yang lebih maju, sementara karakteristik dan tantangan unik dari pasar berkembang belum sepenuhnya dieksplorasi. Penelitian ini menawarkan kontribusi yang unik dengan fokus pada pelaku bisnis di Surabaya, Indonesia, yang merupakan pasar berkembang dengan dinamika bisnis yang berbeda. Dengan mengeksplorasi peran Perceived Value dan Technology Readiness, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi AI di konteks lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi dalam adopsi fitur premium AI di kalangan pelaku bisnis di Surabaya. Dengan memeriksa faktor-faktor ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pelaku bisnis dapat secara efektif mengintegrasikan teknologi AI ke dalam bisnis mereka untuk mendorong pertumbuhan dan inovasi.

Penelitian ini juga akan mengidentifikasi hambatan-hambatan yang mungkin ada dan menawarkan rekomendasi untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut,

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

baik bagi pengembang teknologi AI maupun pembuat kebijakan. Temuan dalam riset ini diharapkan dapat memberikan bukti kuat bahwa nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi sangat penting dalam mendorong adopsi fitur premium AI di kalangan pelaku bisnis di Surabaya. Dengan mengatasi faktor-faktor ini, pengembang AI dan pembuat kebijakan dapat memfasilitasi integrasi teknologi AI, mendorong inovasi dan pertumbuhan di pasar yang sedang berkembang. Implikasi praktis dari penelitian ini juga dapat membantu pelaku bisnis untuk memanfaatkan teknologi AI secara lebih efektif, sehingga meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

Penelitian ini menggunakan variabel-variabel yang berada dalam ranah manajemen pemasaran, yaitu nilai yang dirasakan (*Perceived Value*) dan kesiapan teknologi (*Technological Readiness*). Kedua variabel ini memiliki relevansi yang tinggi dalam konteks pemasaran dan adopsi teknologi oleh pelaku bisnis.

Perceived Value merupakan konsep kunci dalam pemasaran yang menggambarkan bagaimana pelanggan atau pengguna menilai manfaat dan nilai produk atau layanan dibandingkan dengan biaya yang mereka keluarkan. Dalam konteks adopsi fitur premium AI, *Perceived Value* mencakup persepsi pengguna terhadap kegunaan, efisiensi, dan manfaat teknologi AI dalam mendukung operasi bisnis. *Perceived Value* mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan, yang merupakan aspek penting dalam strategi pemasaran.

Technological Readiness adalah variabel yang menggambarkan kesiapan individu atau organisasi dalam menerima dan menggunakan teknologi baru. Dalam pemasaran, *Technological Readiness* mencakup faktor-faktor seperti pengetahuan teknologi, keterampilan, dan infrastruktur yang mendukung adopsi teknologi. Kesiapan teknologi mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan teknologi baru ke dalam proses bisnis mereka.

Dengan memahami bagaimana variabel dalam penelitian ini mempengaruhi adopsi fitur premium AI, penelitian ini memberikan wawasan berharga bagi pemasar dalam merancang strategi yang efektif untuk mengkomunikasikan manfaat teknologi kepada pengguna potensial. Strategi pemasaran yang didasarkan pada pemahaman

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

yang mendalam tentang faktor-faktor ini dapat membantu organisasi mencapai adopsi teknologi yang lebih luas, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mencapai keunggulan kompetitif di pasar. Dengan demikian, variabel-variabel dalam penelitian ini tidak hanya relevan tetapi juga krusial dalam ranah manajemen pemasaran.

2. METODE PENELITIAN

Pengambilan sampel purposive digunakan untuk memilih 217 pelaku bisnis di Surabaya yang menggunakan atau berencana menggunakan fitur premium AI. Teknik pengambilan sampel non-probabilitas ini dipilih untuk memastikan bahwa sampel mencakup individu yang paling relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria pemilihan meliputi:

- a. Keterlibatan aktif dalam kegiatan kewirausahaan.
- b. Familiaritas dengan teknologi AI.
- c. Penggunaan saat ini atau niat untuk menggunakan fitur premium AI dalam operasi bisnis mereka.

Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengetahuan dan pengalaman yang memadai dengan teknologi AI, sehingga umpan balik mereka bernilai bagi penelitian.

Survei didistribusikan secara online menggunakan Meta Ads, platform periklanan bertarget yang memungkinkan penargetan demografis dan berbasis minat yang tepat. Survei menargetkan pelaku bisnis di Surabaya yang sesuai dengan demografi berikut:

- a. Usia: 25-50 tahun
- b. Sektor bisnis: Ritel, manufaktur, keuangan, dan layanan
- c. Minat: Adopsi teknologi, inovasi bisnis, teknologi AI

Instrumen survei dirancang untuk mengumpulkan data pada tiga area utama: informasi demografis, nilai yang dirasakan dari AI, dan kesiapan teknologi. Setiap bagian mencakup beberapa item yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju).

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

Data yang dikumpulkan dari survei dianalisis menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Statistik Deskriptif digunakan untuk merangkum karakteristik demografis dari sampel, termasuk usia, jenis kelamin, sektor bisnis, dan pengalaman dengan AI. Statistik deskriptif memberikan gambaran umum tentang profil responden. Analisis Reliabilitas dilakukan dengan menghitung Cronbach's alpha dihitung untuk menilai konsistensi internal dari item survei yang terkait dengan nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi. Untuk menguji hipotesis.

Analisis Regresi berganda dilakukan untuk memeriksa dampak nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi terhadap adopsi fitur premium AI. Model regresi mencakup nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi sebagai variabel independen dan adopsi AI sebagai variabel dependen. Kemudian, untuk kajian yang lebih komprehensif, Analisis Biaya-Manfaat (Cost-Benefit Analysis) dilakukan untuk menilai kelayakan finansial dari adopsi fitur premium AI. Metode ini membantu dalam menghitung total biaya investasi yang diperlukan, termasuk biaya pembelian, pelatihan, dan integrasi sistem, serta membandingkannya dengan manfaat finansial yang diperoleh seperti peningkatan efisiensi operasional dan peningkatan pendapatan kelayakan finansial dari adopsi fitur premium AI.

Instrumen survei dirancang untuk mengumpulkan data pada tiga area utama: informasi demografis, nilai yang dirasakan dari AI, dan kesiapan teknologi. Setiap bagian mencakup beberapa item yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin (1 = Sangat Tidak Setuju, 5 = Sangat Setuju). Data yang dikumpulkan dari survei dianalisis menggunakan SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Statistik Deskriptif digunakan untuk merangkum karakteristik demografis dari sampel, termasuk usia, jenis kelamin, sektor bisnis, dan pengalaman dengan AI. Statistik deskriptif memberikan gambaran umum tentang profil responden. Cronbach's alpha dihitung untuk menilai konsistensi internal dari item survei yang terkait dengan nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi.

Untuk menguji hipotesis, analisis regresi berganda dilakukan untuk memeriksa dampak nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi terhadap adopsi fitur premium

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

AI. Model regresi mencakup nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi sebagai variabel independen dan adopsi AI sebagai variabel dependen.

3. HASIL PENELITIAN

Sampel terdiri dari 217 pelaku bisnis dengan karakteristik demografis sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Sampel

Demografis	Frekuensi	Persentase (%)
Usia		
25-34 tahun	87	40.1
35-44 tahun	92	42.4
45-50 tahun	38	17.5
Jenis Kelamin		
Laki-laki	129	59.4
Perempuan	88	40.6
Sektor Bisnis		
Ritel	73	33.6
Manufaktur	54	24.9
Keuangan	48	22.1
Layanan	42	19.4

Sumber : Data primer diolah, 2024

Dari analisis reliabilitas, nilai Cronbach's alpha untuk Perceived Value dan Technological Readiness masing-masing adalah 0.87 dan 0.82, menunjukkan konsistensi internal yang tinggi. Nilai di atas 0.70 dianggap dapat diterima dalam konteks penelitian, menunjukkan bahwa item-item tersebut cukup konsisten dalam mengukur konsep penelitian. Analisis regresi berganda mengungkapkan bahwa baik Perceived Value maupun Technological Readiness secara signifikan mempengaruhi adopsi fitur premium AI. Model regresi menjelaskan 77% dari varians dalam adopsi AI ($R^2 = 0.77$).

Tabel 2. Hasil Analisa Regresi Berganda

Variabel	B	SE	Beta	T	p
Konstan	0.524	0.312		1.680	0.094
<i>Perceived Value</i>	0.632	0.045	0.601	14.044	<0.001
<i>Technological Readiness</i>	0.481	0.049	0.499	9.816	<0.001

Sumber : Data primer diolah, 2024

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

Hasil analisis regresi berganda pada Tabel 2 menunjukkan bahwa kedua variabel independen, yaitu Perceived Value dan Technological Readiness, secara signifikan mempengaruhi adopsi fitur premium AI di kalangan pelaku bisnis di Surabaya. Berikut adalah interpretasi dari data tersebut:

Nilai konstan sebesar 0.524 dengan standar error (SE) sebesar 0.312 menunjukkan bahwa jika nilai yang dirasakan dan kesiapan teknologi bernilai nol, maka tingkat adopsi fitur premium AI akan memiliki nilai dasar sebesar 0.524. Namun, p-value sebesar 0.094 mengindikasikan bahwa konstan ini tidak signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 5%.

Perceived Value

- Koefisien B sebesar 0.632 dengan SE sebesar 0.045 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam nilai yang dirasakan akan meningkatkan adopsi fitur premium AI sebesar 0.632 unit.
- Nilai Beta sebesar 0.601 menunjukkan bahwa nilai yang dirasakan memiliki pengaruh kuat terhadap adopsi AI.
- Nilai t sebesar 14.044 dan p-value kurang dari 0.001 menunjukkan bahwa pengaruh nilai yang dirasakan terhadap adopsi AI sangat signifikan secara statistik.

Technological Readiness

- Koefisien B sebesar 0.481 dengan SE sebesar 0.049 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam kesiapan teknologi akan meningkatkan adopsi fitur premium AI sebesar 0.481 unit.
- Nilai Beta sebesar 0.499 menunjukkan bahwa kesiapan teknologi juga memiliki pengaruh signifikan terhadap adopsi AI, meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan nilai yang dirasakan.
- Nilai t sebesar 9.816 dan p-value kurang dari 0.001 menunjukkan bahwa pengaruh kesiapan teknologi terhadap adopsi AI sangat signifikan secara statistik.

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

Tabel 3. Hasil Cost-Benefit Analysis

Item	Biaya (Rp)	Manfaat (Rp)
Biaya Pembelian Perangkat Lunak	3.000.000 - 5.000.000	
Biaya Pelatihan Karyawan	1.000.000 - 2.000.000	
Biaya Integrasi Sistem	2.000.000 - 4.000.000	
Total Biaya	6.000.000 - 11.000.000	
Penghematan Biaya Operasional		5.000.000 - 10.000.000
Peningkatan Pendapatan		7.000.000 - 15.000.000
Total Manfaat		12.000.000 - 25.000.000

Sumber : Data primer diolah, 2024

Data dalam tabel menunjukkan rincian biaya dan manfaat yang terkait dengan adopsi fitur premium AI oleh pelaku bisnis di Surabaya. Berikut adalah interpretasi dari data tersebut:

- a. Biaya Pembelian Perangkat Lunak: Kisaran biaya untuk pembelian perangkat lunak yang diperlukan adalah antara Rp. 3.000.000 hingga Rp. 5.000.000.
- b. Biaya Pelatihan Karyawan: Kisaran biaya untuk pelatihan karyawan yang diperlukan agar mereka dapat menggunakan fitur premium AI dengan efektif adalah antara Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.000.000.
- c. Biaya Integrasi Sistem: Kisaran biaya untuk integrasi sistem yang memungkinkan fitur premium AI bekerja dengan lancar dalam infrastruktur bisnis yang ada adalah antara Rp. 2.000.000 hingga Rp. 4.000.000.
- d. Total Biaya: Total biaya yang diperlukan untuk mengadopsi fitur premium AI, mencakup pembelian perangkat lunak, pelatihan karyawan, dan integrasi sistem, adalah antara Rp. 6.000.000 hingga Rp. 11.000.000.

Manfaat yang diharapkan dari adopsi fitur premium AI mencakup:

- a. Penghematan Biaya Operasional: Penghematan biaya operasional yang dihasilkan dari peningkatan efisiensi dan otomatisasi proses bisnis adalah antara Rp. 5.000.000 hingga Rp. 10.000.000 per tahun.
- b. Peningkatan Pendapatan: Peningkatan pendapatan yang dihasilkan dari peningkatan produktivitas dan layanan pelanggan yang lebih baik adalah antara Rp. 7.000.000 hingga Rp. 15.000.000 per tahun.

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

- c. Total Manfaat: Total manfaat finansial yang diperoleh dari penghematan biaya operasional dan peningkatan pendapatan adalah antara Rp. 12.000.000 hingga Rp. 25.000.000 per tahun.

Data ini memberikan gambaran tentang biaya yang harus dikeluarkan dan manfaat finansial yang dapat diperoleh dari adopsi fitur premium AI, yang dapat membantu pelaku bisnis UMKM dalam pengambilan keputusan terkait investasi dalam teknologi AI.

4. PEMBAHASAN

Untuk mencapai adopsi fitur premium AI yang lebih baik di masa depan, penting untuk mengoptimalkan Perceived Value dan Technology Readiness. Perceived Value dapat ditingkatkan dengan memastikan bahwa fitur premium AI menawarkan manfaat nyata yang relevan dengan kebutuhan bisnis pengguna, seperti peningkatan efisiensi operasional dan pengurangan biaya. Desain antarmuka yang intuitif dan mudah digunakan, serta pelatihan dan dukungan pengguna yang baik, juga akan meningkatkan kemudahan penggunaan. Komunikasi yang jelas mengenai manfaat tangible dan intangible dari fitur AI dapat memperkuat persepsi nilai di mata pengguna (Venkatesh et al., 2003).

Sementara itu, meningkatkan Technology Readiness memerlukan langkah-langkah untuk membangun optimisme dan inovasi di dalam organisasi, serta mengurangi ketidaknyamanan dan ketidakamanan pengguna terhadap teknologi baru. Hal ini bisa dicapai melalui program pelatihan, seminar, dan lokakarya yang menekankan pentingnya AI, serta menyediakan dukungan teknis yang handal dan layanan pelanggan yang responsif. Mengembangkan infrastruktur teknologi yang memadai juga sangat penting, termasuk jaringan internet yang cepat dan stabil, perangkat keras yang mendukung, dan sistem keamanan yang kuat (Parasuraman, 2000; Sharma et al., 2021). Perusahaan harus memastikan adanya akses terhadap sumber daya yang relevan dan up-to-date untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi AI. Melibatkan karyawan dalam proses adopsi teknologi melalui pendekatan

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

partisipatif dapat meningkatkan penerimaan dan kenyamanan mereka terhadap teknologi baru.

Dari data kualitatif yang dikumpulkan melalui pertanyaan terbuka, beberapa tema utama yang muncul mencakup persepsi manfaat teknologi AI, hambatan dalam penggunaannya, kesiapan teknologi, dan nilai yang dirasakan dari AI. Banyak pelaku bisnis mencatat manfaat signifikan dari fitur premium AI seperti peningkatan efisiensi operasional, kemampuan analitik yang lebih baik, dan peningkatan layanan pelanggan. Sebagai contoh, seorang pelaku bisnis ritel mengatakan, "Fitur premium AI membantu kami mengotomatisasi banyak proses, sehingga kami bisa fokus pada strategi bisnis yang lebih besar." Namun, beberapa pelaku bisnis juga mengungkapkan tantangan yang mereka hadapi, seperti kebutuhan akan pelatihan yang lebih baik, integrasi dengan sistem yang ada, dan biaya yang terkait dengan pembelian fitur premium. Seorang pelaku bisnis keuangan menyatakan, "Kami membutuhkan lebih banyak pelatihan untuk memahami dan memanfaatkan semua fitur yang ditawarkan oleh AI." Selain itu keterampilan teknis karyawan diidentifikasi sebagai faktor penting dalam keberhasilan adopsi AI. Pelaku bisnis manufaktur mencatat, "Kami masih perlu meningkatkan perangkat IT kami untuk sepenuhnya memanfaatkan fitur premium AI."

Secara keseluruhan, jawaban kualitatif menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap manfaat AI dan kesiapan teknologi adalah kunci dalam mendorong adopsi fitur premium AI. Namun, tantangan seperti kebutuhan pelatihan dan biaya tinggi perlu diatasi untuk mendukung adopsi yang lebih luas dan efektif. Dengan mengidentifikasi dan menangani hambatan ini melalui peningkatan infrastruktur, pelatihan yang komprehensif, dan komunikasi nilai manfaat AI, perusahaan dapat lebih efektif dalam mengadopsi dan memanfaatkan teknologi AI untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

Dalam penelitian ini, Cost-Benefit Analysis dilakukan untuk mengevaluasi kelayakan finansial dari adopsi fitur premium AI oleh Pelaku bisnis di Surabaya yang menjadi sample di penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa total biaya

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

investasi yang diperlukan untuk mengadopsi fitur premium AI mencakup biaya pembelian layanan premium sebesar Rp. 3.000.000 hingga Rp. 5.000.000, pelatihan karyawan sebesar Rp. 1.000.000 hingga Rp. 2.000.000, dan biaya integrasi sistem sebesar Rp. 2.000.000 hingga Rp. 4.000.000. Dengan demikian, total biaya investasi berkisar antara Rp. 6.000.000 hingga Rp. 11.000.000. Manfaat finansial yang diperoleh dari adopsi AI termasuk peningkatan efisiensi operasional yang menghasilkan penghematan biaya sebesar Rp. 5.000.000 hingga Rp. 10.000.000 per tahun, serta peningkatan pendapatan sebesar Rp. 7.000.000 hingga Rp. 15.000.000 per tahun dari peningkatan produktivitas dan layanan pelanggan yang lebih baik.

Berdasarkan hasil cost-benefit analysis yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa adopsi fitur premium AI tampak menjanjikan. Biaya yang diperlukan untuk mengadopsi fitur ini, termasuk pembelian perangkat lunak, pelatihan karyawan, dan integrasi sistem berkisar antara Rp 6.000.000 – Rp 11.000.000. Kisaran nilai investasi tersebut dapat memberikan estimasi nilai manfaat sebesar Rp 12.000.000 – Rp 25.000.000 per tahun. Dengan demikian, penggunaan fitur AI memberikan potensi keuntungan bersih antara Rp 6.000.000 – Rp 14.000.000 setelah tahun investasi. Nilai manfaat yang besar ini tentunya juga menunjukkan tingkat pengembalian yang cepat dengan tingkat ROI 100% - 127%. Hal ini menunjukkan bahwa investasi tersebut menguntungkan, karena nilai ROI yang positif.

Selain manfaat finansial, adopsi AI juga memberikan manfaat tidak langsung seperti peningkatan kepuasan pelanggan dan peningkatan daya saing bisnis di pasar. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun biaya awal untuk mengadopsi fitur premium AI cukup signifikan bagi pelaku bisnis, manfaat yang diperoleh dalam jangka panjang jauh lebih besar, menjadikan investasi ini layak dan menguntungkan bagi pelaku bisnis di Surabaya. Analisis ini memberikan dasar yang kuat bagi pelaku bisnis untuk mempertimbangkan dan merencanakan adopsi teknologi AI dalam strategi bisnis mereka.

5. KESIMPULAN

Temuan penelitian ini menyoroti peran penting Perceived Value dan Technological Readiness pada adopsi fitur premium AI di kalangan pelaku bisnis di Surabaya. Kedua faktor ini secara signifikan mempengaruhi adopsi AI, menjelaskan sebagian besar varians dalam perilaku adopsi. Hal ini menunjukkan pentingnya faktor-faktor ini dalam mendorong pengambilan teknologi di lingkungan kewirausahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan kerangka teoritis yang sudah ada seperti Technology Acceptance Model dan Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. Kerangka kerja ini menekankan pentingnya kegunaan yang dirasakan, kemudahan penggunaan, dan kondisi yang memfasilitasi. Studi kami memperluas model-model ini dengan menunjukkan penerapannya pada adopsi AI di kalangan pelaku bisnis di pasar yang sedang berkembang.

Bagi pengembang platform AI, temuan ini menyarankan strategi praktis untuk meningkatkan adopsi. Strategi ini mencakup komunikasi yang jelas tentang manfaat dan utilitas teknologi AI, memastikan antarmuka yang ramah pengguna, dan menyediakan dukungan pelanggan dan pelatihan yang kuat. Pengembang juga harus fokus pada pembangunan kesiapan teknologi melalui program pelatihan dan sumber daya. Pembuat kebijakan dapat mendukung adopsi AI dengan menerapkan program pendidikan yang berfokus pada keterampilan digital, berinvestasi dalam sarana digital, dan memberikan insentif finansial kepada bisnis yang berinvestasi dalam teknologi AI. Langkah-langkah ini dapat membantu menurunkan hambatan adopsi dan mendorong lebih banyak pelaku bisnis untuk mengintegrasikan AI ke dalam operasi mereka.

Hasil Cost-Benefit Analysis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa investasi dalam adopsi fitur premium AI oleh pelaku bisnis di Surabaya adalah layak dan menguntungkan. Biaya investasi yang diperlukan mencakup pembelian perangkat lunak, pelatihan karyawan, dan integrasi sistem, sementara manfaat finansial yang diperoleh meliputi penghematan biaya operasional dan peningkatan pendapatan. Dengan demikian, manfaat tahunan yang diperoleh dari adopsi AI memungkinkan

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

pengembalian investasi (Return on Investment/ROI) dalam waktu yang relatif singkat. Selain manfaat finansial langsung, adopsi fitur premium AI juga memberikan manfaat tidak langsung yang signifikan, seperti peningkatan kepuasan pelanggan, efisiensi operasional, dan daya saing bisnis di pasar. Manfaat-manfaat ini berkontribusi pada keberlanjutan dan pertumbuhan jangka panjang pelaku bisnis di Surabaya. Oleh karena itu, meskipun biaya awal untuk mengadopsi teknologi AI cukup signifikan untuk pelaku bisnis pemula.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan bukti kuat bahwa Perceived Value dan Technology Readiness sangat kontributif dalam mendorong adopsi fitur premium AI di kalangan pelaku bisnis di Surabaya. Kajian Cost-Benefit Analysis yang dilakukan juga menunjukkan bahwa investasi adopsi fitur premium AI adalah penting dan profitabilitas dalam jangka panjang karena optimasi produktifitas karyawan. Rekomendasi penelitian ini akan mendorong manfaat finansial, seperti penghematan biaya operasional dan peningkatan pendapatan, serta manfaat tidak langsung, seperti peningkatan kepuasan pelanggan dan daya saing bisnis, semakin menegaskan pentingnya adopsi teknologi ini.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan penelitian dengan melibatkan lebih banyak variabel yang dapat mempengaruhi adopsi fitur premium AI, seperti tingkat pendidikan, pengalaman teknologi sebelumnya, dan dukungan pemerintah. Penelitian juga dapat difokuskan pada berbagai sektor industri lainnya di luar Surabaya untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif tentang adopsi AI di Indonesia. Selain itu, studi dapat dilakukan untuk mengevaluasi dampak jangka panjang dari adopsi AI terhadap kinerja bisnis dan daya saing. Terakhir, analisis kualitatif yang lebih mendalam melalui wawancara dan studi kasus dapat memberikan wawasan yang lebih kaya mengenai persepsi dan pengalaman pengguna terhadap teknologi AI, serta tantangan dan peluang yang mereka hadapi.

Penelitian ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ilmu manajemen pemasaran dengan mengungkapkan peran penting dari Perceived Value dan Technological Readiness dalam mendorong adopsi fitur premium AI di kalangan

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

pelaku bisnis. Temuan ini menyoroti bagaimana teknologi AI dapat digunakan sebagai alat strategis untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperbaiki pengambilan keputusan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi teknologi, pemasar dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk mengkomunikasikan manfaat AI kepada target audiens mereka. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperkaya literatur mengenai adopsi teknologi dalam manajemen pemasaran, tetapi juga menyediakan panduan praktis bagi pelaku bisnis dan pemasar dalam mengimplementasikan teknologi canggih untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

6. REFERENSI

- Boardman, A. E., Greenberg, D. H., Vining, A. R., & Weimer, D. L. (2018). *Cost-Benefit Analysis: Concepts and Practice*. Cambridge University Press.
- Gupta, S., Shetty, D. K., & Kamath, P. (2022). AI Adoption in Banking: An Empirical Analysis Using UTAUT Model. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(2), 101-115. doi:10.1057/s41264-022-00107-0.
- Hartono, M. (2021). The Impact of AI Adoption on Business Performance in Indonesia: A Case Study of the Retail Sector. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 18(3), 45-60. doi:10.4301/S1807-1775202100030003.
- He, J., Baxter, S. L., Xu, J., Xu, J., Zhou, X., & Zhang, K. (2021). The practical implementation of artificial intelligence technologies in medicine. *Nature Medicine*, 27(6), 934-940. doi:10.1038/s41591-021-01391-2.
- Jimenez Castillo, M., & Taherdoost, H. (2023). The Impact of AI Technologies on E-Business. *Encyclopedia*, 3(1), 107-121. doi:10.3390/encyclopedia3010009.
- Juniper Networks (2022). Juniper Networks Research Finds Artificial Intelligence Adoption Expands Tenfold Across Enterprises While Governance Lags.
- Regona, M., Yigitcanlar, T., Xia, B., & Li, R. Y. M. (2022). Opportunities and Adoption Challenges of AI in the Construction Industry: A PRISMA Review. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, & Complexity*, 8(1), 45. doi:10.3390/joitmc8010045.
- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0. *Journal of Service Research*, 18(1), 59-74.
- Sarmah, R., Kamboj, S., & Rahman, Z. (2021). Application of Artificial Intelligence in Marketing: A Bibliometric Analysis of Research in the Last Decade. *Journal of Business Research*, 131, 40-62. doi:10.1016/j.jbusres.2021.03.056.
- Sharma, A., Chopra, A., & Agarwal, R. (2021). Technological Readiness and the Adoption of AI: A Study of Small and Medium Enterprises (SMEs) in India. *International Journal of Information Management*, 58, 102340.

PERAN PERCEIVED VALUE, TECHNOLOGICAL READINESS, DAN COST-BENEFIT ANALYSIS
PADA ADOPSI FITUR PREMIUM ARTIFICIAL INTELLIGENCE OLEH KALANGAN PELAKU
BISNIS SURABAYA

doi:10.1016/j.ijinfomgt.2021.102340.

- Susanti, N. S., Widyarini, M., & Handayani, P. W. (2022). The Adoption of Artificial Intelligence in SMEs: A Case Study in Indonesia. *Indonesian Journal of Business and Entrepreneurship*, 8(1), 13-24. doi:10.17358/ijbe.8.1.13.
- Techreport (2023). 75 Artificial Intelligence Adoption Statistics [Updated for 2023].
- Wijaya, T., Sunarti, A., & Wibisono, D. (2020). Leadership and Organizational Culture in AI Adoption in Indonesian Manufacturing Companies. *Indonesian Journal of Management and Business*, 19(2), 123-140. doi:10.22146/jmb.61991.
- Yang, C., Yan, S., Wang, J., & Xue, Y. (2022). Flow Experiences and Virtual Tourism: The Role of Technological Acceptance and Technological Readiness. *Sustainability*, 14(9), 5361. doi:10.3390/su14095361.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Zerbe, R. O., Bauman, Y., Finkle, A., & Scott, T. (2020). *The Economics of Sustainability: Cost-Benefit Analysis and Environmental Decision-Making*. Routledge.