



Implementasi *Techno Ethical Entrepreneurship* dalam Bisnis Berbasis AI

**Dicky Bayu Arisandra Hardikal¹, Firdaus Hidayatul Mustofa², Siti Mutmainah³,
Adiba Maulidiyah⁴**

Institut Teknologi Bisnis Dan Kesehatan Muhammadiyah Tulungagung^{1,2,3,4}

*Email : dickybayu1204@gmail.com, fierliemfierliem@gmail.com, simutmainah@gmail.com,
dibadb9@gmail.com

Diterima: 28-08-2026 | Disetujui: 03-08-2026 | Diterbitkan: 05-08-2026

ABSTRACT

The development of Artificial Intelligence AI technology has brought significant changes to the modern business world, particularly in enhancing efficiency, innovation, and decision making. Behind these advancements, various ethical challenges have emerged, such as data protection, system transparency, and social responsibility in technology utilization. This study aims to analyze the implementation of Techno Ethical Entrepreneurship in AI based businesses, a entrepreneurial concept that combines technological innovation with ethical values in business operations. The method used in this research is library research, examining various scientific sources relevant to AI technology, digital entrepreneurship, and business ethics. The results of the study show that the application of the Techno Ethical Entrepreneurship concept is capable of creating businesses that are profit oriented while also paying attention to sustainability, social responsibility, and consumer trust. The integration of ethics in AI utilization becomes a crucial factor in facing business competition in the digital era.

Keywords: Business Ethical Entrepreneurship; Artificial Intelligence; Business Ethics; Digital Entrepreneurship; Technology Based Business.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi Artificial Intelligence AI telah membawa perubahan besar dalam dunia bisnis modern, terutama dalam meningkatkan efisiensi, inovasi, dan pengambilan keputusan. Terdapat berbagai tantangan etika seperti perlindungan data, transparansi sistem, serta tanggung jawab sosial dalam penggunaan teknologi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Techno Ethical Entrepreneurship dalam bisnis berbasis AI, yaitu konsep kewirausahaan yang menggabungkan inovasi teknologi dengan nilai-nilai etika dalam menjalankan usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah library research dengan mengkaji berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan teknologi AI, kewirausahaan digital, dan etika bisnis. Hasil kajian menunjukkan bahwa penerapan konsep Techno Ethical Entrepreneurship mampu menciptakan bisnis yang berorientasi pada keuntungan, memperhatikan keberlanjutan, tanggung jawab sosial, dan kepercayaan konsumen. Integrasi etika dalam pemanfaatan AI menjadi faktor penting dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital.

Katakunci: Ethical Entrepreneurship; Artificial Intelligence; Etika Bisnis; Kewirausahaan Digital; Bisnis Berbasis Teknologi.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Hardikal, D. B. A. ., Hidayatul Mustofa, F., Mutmainah, S., & Maulidiyah, A. (2026). Implementasi Techno Ethical Entrepreneurship dalam Bisnis Berbasis AI. Journal of Literature Review, 2(2), 928-935. <https://doi.org/10.63822/yqq8vc92>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era modern telah membawa perubahan besar dalam berbagai sektor kehidupan termasuk dalam dunia bisnis dan kewirausahaan. Salah satu teknologi yang berkembang pesat adalah Artificial Intelligence (AI) yang mampu membantu dalam proses analisis data, pemasaran digital, pelayanan konsumen, hingga pengambilan keputusan bisnis secara cepat dan efisien (Insirat et al., 2025a). Kehadiran AI memberi peluang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan produktifitas dan daya saing di era modern dengan persaingan global yang semakin kompleks (Pratama et al., 2025). Di Indonesia, penggunaan AI ini mulai diterapkan pada berbagai bidang usaha seerti e-commerce, financial teknologi, pendidikan dan industry kreatif. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa AI menjadi salah satu inovasi penting dalam pengembangan bisnis modern.

Perkembangan AI yang tidak disertai pengawasan dapat memunculkan masalah seperti pelanggaran privasi data, bias algoritma, manipulasi konsumen, hingga berkurangnya interaksi manusia dalam aktivitas bisnis (Irawan et al., 2025a). Pemanfaatan AI secara berlebihan juga berpotensi menimbulkan ketergantungan teknologi yang dapat memengaruhi kualitas pengambilan keputusan manusia, diperlukan keseimbangan antara inovasi teknologi dengan penerapan nilai-nilai etika agar perkembangan bisnis tetap berjalan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Penelitian mengenai implementasi techno ethical entrepreneurship dalam bisnis berbasis AI perlu dilakukan untuk memahami bagaimana penerapan nilai etika dalam penggunaan teknologi modern di dunia kewirausahaan. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai pentingnya integrasi teknologi dan etika dalam menciptakan bisnis digital yang inovatif, aman, dan bertanggung jawab. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi mahasiswa, pelaku usaha, maupun masyarakat dalam mengembangkan kewirausahaan berbasis AI yang sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan sosial di era digital.

LANDASAN TEORITIS

Konsep techno ethical entrepreneurship hadir sebagai pendekatan kewirausahaan yang menggabungkan pemanfaatan teknologi dengan prinsip moral dan tanggung jawab sosial. Pendekatan ini menekankan bahwa kegiatan bisnis tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, dan memperhatikan transparansi, keadilan, keamanan data, serta dampak sosial terhadap Masyarakat (Irawan et al., 2025). Penerapan techno ethical entrepreneurship menjadi penting karena teknologi AI memiliki pengaruh besar terhadap perilaku konsumen dan sistem bisnis digital. Dengan penerapan etika yang baik, penggunaan AI dapat memberikan manfaat yang lebih luas tanpa mengabaikan nilai kemanusiaan dan keberlanjutan usaha (Kamil et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis studi kepustakaan (library research) untuk mengkaji implementasi techno ethical entrepreneurship dalam bisnis berbasis AI. Pengumpulan data dilakukan secara sistematis dengan menghimpun, menelaah, dan menganalisis literatur ilmiah, seperti jurnal bereputasi, buku teks, regulasi terkait etika teknologi, dan laporan industri yang relevan. Analisis data dalam penelitian ini menerapkan teknik content analysis yaitu analisis isi dan analisis tematik guna mengidentifikasi pola, tantangan, serta kerangka kerja etis yang diterapkan oleh para

wirausahawan dalam mengintegrasikan nilai-nilai moral ke dalam inovasi teknologi AI. Pendekatan literatur ini dipilih agar peneliti dapat membangun fondasi teoretis yang kuat serta memetakan lanskap perkembangan etika bisnis berbasis teknologi secara komprehensif tanpa memerlukan observasi lapangan langsung (Marlina, 2025).

Fokus utama dari analisis kepustakaan ini diarahkan pada bagaimana prinsip-prinsip *techno ethics* seperti transparansi algoritma, akuntabilitas data, keadilan, dan pelarangan bias diintegrasikan ke dalam strategi bisnis dan pengambilan keputusan oleh para pelaku usaha AI. Melalui reduksi data, penyajian data secara naratif, dan penarikan kesimpulan dari berbagai sumber literatur, penelitian ini mengeksplorasi titik temu antara peluang profitabilitas dan tanggung jawab moral. Hasil dari kajian literatur ini diharapkan dapat menghasilkan sebuah model konseptual atau panduan praktis mengenai *techno ethical entrepreneurship* yang dapat diterapkan oleh startup maupun perusahaan murni berbasis AI untuk memitigasi risiko sosial dan hukum sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen (Insirat et al., 2025b).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil kajian literatur, penerapan **Techno Ethical Entrepreneurship** dalam bisnis berbasis *Artificial Intelligence* (AI) menunjukkan bahwa perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar terhadap aktivitas bisnis modern. AI saat ini tidak hanya dimanfaatkan untuk meningkatkan kecepatan kerja, tetapi juga berperan dalam menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi, serta membantu perusahaan dalam mengambil keputusan berdasarkan data. Perkembangan AI juga mendorong munculnya berbagai model bisnis digital yang lebih fleksibel dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pasar (Yan Aditiya Pratama & Stefanus Rumangkit, 2025).

Penerapan AI dalam sektor industri memberikan berbagai manfaat, seperti meningkatkan produktivitas, mengotomatisasi proses kerja, serta membantu perusahaan dalam mengolah data secara lebih efektif. Namun, penggunaan AI juga memiliki beberapa kendala, seperti kesiapan sumber daya manusia, kebutuhan infrastruktur teknologi, dan kemampuan organisasi dalam menghadapi proses transformasi digital. Oleh karena itu, penerapan AI membutuhkan strategi yang tepat agar teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal (Kusumawardhany & Abdullah, 2025).

Dalam bidang kewirausahaan, perkembangan teknologi digital memberikan peluang bagi pelaku usaha untuk menciptakan strategi bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Digitalisasi membantu perusahaan, termasuk UMKM, dalam memperluas pasar, meningkatkan efektivitas operasional, serta membangun model bisnis yang sesuai dengan perkembangan zaman. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan suatu usaha tidak hanya ditentukan oleh produk yang ditawarkan, tetapi juga oleh kemampuan dalam memanfaatkan teknologi untuk memberikan nilai lebih kepada konsumen (Santoso et al., 2025).

Selain mendukung kegiatan internal perusahaan, AI juga memiliki peran penting dalam membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan. Melalui pemanfaatan teknologi seperti analisis sentimen, perusahaan dapat memahami pendapat, kebutuhan, dan pengalaman konsumen terhadap produk atau layanan yang diberikan. Dengan informasi tersebut, perusahaan dapat menyusun strategi pelayanan yang lebih tepat serta meningkatkan kepuasan pelanggan (Mahira et al., 2023).

Pada bisnis berbasis digital, khususnya marketplace, AI juga membantu menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih baik melalui sistem rekomendasi produk, pelayanan yang lebih cepat, dan layanan

yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hal ini menjadikan AI tidak hanya sebagai alat otomatisasi, tetapi juga sebagai strategi bisnis untuk meningkatkan daya saing dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Ainna Khansa & Tata Sutabri, 2024).

Keberhasilan penerapan AI dalam bisnis juga sangat bergantung pada kesiapan sumber daya manusia. Perusahaan perlu meningkatkan kemampuan digital karyawan agar mampu menggunakan dan mengelola teknologi secara efektif. Transformasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan teknologi baru, tetapi juga mencakup perubahan pola kerja dan peningkatan kompetensi manusia agar perusahaan mampu berkembang di era digital (Angelika Yanuar Kirana et al., 2023).

Selain kemampuan teknologi dan sumber daya manusia, penerapan AI juga perlu memperhatikan aspek etika. Penggunaan AI tanpa mempertimbangkan nilai moral dapat menimbulkan permasalahan, seperti kurangnya transparansi, keputusan yang tidak adil, serta menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap teknologi. Oleh karena itu, perusahaan perlu menerapkan prinsip tanggung jawab dalam penggunaan AI agar inovasi teknologi tetap memberikan manfaat tanpa mengabaikan nilai kemanusiaan (Dzulhasni et al., 2024).

Aspek keamanan dan privasi data juga menjadi perhatian penting dalam penerapan AI. Sistem AI membutuhkan data dalam jumlah besar untuk menghasilkan analisis dan keputusan, sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melindungi informasi pribadi pengguna. Perlindungan data yang baik diperlukan agar risiko penyalahgunaan informasi dapat diminimalkan dan kepercayaan konsumen tetap terjaga (“Systematic Literature Review: Risiko Privasi dan Keamanan Data Pribadi dalam Penggunaan Artificial Intelligence (AI)”).

Penerapan AI dalam bisnis juga berkaitan dengan konsep tanggung jawab digital perusahaan. Perusahaan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga harus mempertimbangkan dampak sosial dari penggunaan teknologi. Tanggung jawab tersebut mencakup keterbukaan informasi, perlindungan pengguna, serta memastikan bahwa perkembangan teknologi memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat (Taufiqurrohman & Gultom, 2023).

Pada akhirnya, hubungan antara manusia dan AI menjadi faktor penting dalam perkembangan bisnis digital. AI sebaiknya digunakan sebagai teknologi pendukung yang membantu manusia dalam menyelesaikan pekerjaan, bukan menggantikan peran manusia sepenuhnya. Kolaborasi antara manusia dan AI dapat menciptakan sistem kerja yang lebih efektif karena teknologi mampu menyediakan informasi dan membantu analisis, sementara manusia tetap berperan dalam memberikan keputusan berdasarkan pertimbangan sosial dan etika (Pranoto et al., 2024).

Tabel 1. Ringkasan Literatur yang Dikaji

No	Penulis (tahun)	Jenis Penelitian	Fokus Kajian	Temuan Utama
1	Insirat et al. (2025)	Systematic Literature Review	Dampak implementasi AI terhadap etika bisnis	AI meningkatkan kualitas pengambilan keputusan, namun memunculkan tantangan etika dan keberlanjutan organisasi.

2	Yuda et al. (2025)	Studi Literatur	Integrasi AI dalam strategi kewirausahaan	AI memberikan peluang inovasi dan meningkatkan daya saing bisnis di era digital.
3	Irawan et al. (2025)	Kajian Konseptual	AI di Indonesia	Pemanfaatan AI harus memperhatikan transparansi, keamanan data, dan tanggung jawab sosial.
4	Kusumawardhany & Abdullah (2025)	Literature Review	AI dalam dunia industri	Implementasi AI meningkatkan efisiensi industri, namun memerlukan kesiapan SDM dan organisasi.
5	Santoso et al. (2025)	Penelitian Kualitatif	Digitalisasi UMKM	Digitalisasi mendorong efisiensi operasional dan keberlanjutan bisnis.
6	Mahira et al. (2023)	Literature Review	AI untuk analisis sentimen	AI membantu perusahaan memahami kebutuhan konsumen sehingga meningkatkan kualitas pelayanan.
7	Ainna Khansa & Tata Sutabri (2024)	Studi Kasus	AI pada marketplace	AI meningkatkan customer experience melalui sistem rekomendasi dan personalisasi layanan.
8	Angelika Yanuar Kirana et al. (2023)	Penelitian Kualitatif	Transformasi digital SDM	Kompetensi sumber daya manusia menjadi faktor penting dalam keberhasilan transformasi digital.
9	Dzulhasni et al. (2024)	Kajian Konseptual	Etika penggunaan AI	Penggunaan AI harus memperhatikan prinsip keadilan, transparansi, dan akuntabilitas.
10	Taufiqurrohman & Gultom (2023)	Penelitian Normatif	Corporate Digital Responsibility	Perusahaan memiliki tanggung jawab etis dalam pemanfaatan teknologi digital.
11	Pranoto et al. (2024)	Kajian Filosofis	Hubungan manusia dan AI	AI berfungsi sebagai pendukung pengambilan keputusan, bukan menggantikan manusia sepenuhnya.
12	Yan Aditiya Pratama & Rumangkit (2025)	Studi Bibliometrik	AI dan kewirausahaan digital	Penelitian AI dalam kewirausahaan terus berkembang dan menjadi tren penelitian masa depan.

Pembahasan

Dari berbagai studi yang ditelaah, terlihat jelas bagaimana konsep *Techno Ethical Entrepreneurship* mulai diterapkan pada bisnis berbasis *Artificial Intelligence* (AI). Kehadiran AI memang membawa perubahan besar dalam lanskap bisnis modern. Sekarang, AI tidak cuma dipakai buat mempercepat pekerjaan rutin, tapi juga bantu melahirkan inovasi baru, menghemat operasional, dan bikin proses pengambilan keputusan jadi lebih akurat karena berbasis data. Model bisnis digital pun jadi makin fleksibel dan cepat beradaptasi dengan tren pasar yang terus berubah (Yan Aditiya Pratama & Stefanus Rumangkit, 2025).

Kalau kita lihat di sektor industri, penggunaan AI terbukti ampuh mendorong produktivitas, mengotomatisasi pekerjaan, dan mengolah data dalam jumlah besar dengan lebih rapi. Tapi di sisi lain, penerapannya tidak selalu mulus. Banyak perusahaan bentrok dengan masalah kesiapan SDM, keterbatasan infrastruktur teknologi, sampai gagap saat menghadapi transformasi digital. Makanya, penerapan AI tidak bisa asal pakai, butuh perencanaan matang supaya hasilnya benar-benar optimal (Kusumawardhany & Abdullah, 2025).

Di dunia kewirausahaan—termasuk sektor UMKM—digitalisasi membuka peluang lebar untuk merancang strategi bisnis yang tahan lama. Pemanfaatan teknologi bantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dan merapikan operasional harian. Ini membuktikan kalau kunci sukses bisnis zaman sekarang bukan cuma terletak pada sebagus apa produknya, tapi juga seberapa pintar pemilik usaha memanfaatkan teknologi untuk memberi nilai tambah bagi konsumen (Santoso et al., 2025).

Selain urusan dalam dapur perusahaan, AI juga punya peran vital dalam menjaga hubungan dengan pelanggan. Contohnya lewat teknologi analisis sentimen, bisnis bisa tahu apa yang dirasakan, dibutuhkan, dan dikeluhkan konsumen. Berbekal data ini, perusahaan bisa memperbaiki cara melayani pelanggan sehingga mereka merasa lebih puas (Mahira et al., 2023). Hal serupa juga terlihat di ranah *marketplace*. Fitur seperti rekomendasi produk otomatis dan layanan serba cepat bikin pengalaman belanja jadi lebih personal. Pada titik ini, AI bukan lagi sekadar alat bantu otomatisasi, melainkan strategi kunci untuk bersaing dan menjaga kesetiaan pembeli (Ainna Khansa & Tata Sutabri, 2024).

Namun, secanggih apa pun sistem AI, keberhasilannya balik lagi ke faktor manusia. Karyawan perlu terus diasah kemampuan digitalnya supaya tidak canggung mengoperasikan teknologi baru. Soalnya, transformasi digital itu bukan cuma soal beli alat baru, tapi juga mengubah pola kerja dan mengasah keterampilan SDM agar siap berkembang di era digital (Angelika Yanuar Kirana et al., 2023).

Hal yang tidak kalah penting untuk disorot adalah batas-batas etika. Kalau AI dipakai asal-asalan tanpa dasar moral, dampaknya bisa fatal—mulai dari keputusan yang bias, sistem yang tertutup, sampai hilangnya rasa percaya masyarakat. Bisnis harus punya komitmen etis supaya inovasi yang diciptakan tetap membawa kebaikan tanpa mengabaikan sisi kemanusiaan (Dzulhasni et al., 2024).

Urusan privasi dan keamanan data juga wajib jadi perhatian utama. Karena sistem AI butuh pasokan data yang sangat besar untuk belajar, perusahaan memikul tanggung jawab besar untuk menjaga informasi pribadi penggunanya. Perlindungan data yang ketat adalah harga mati kalau ingin meminimalkan risiko kebocoran sekaligus menjaga kepercayaan konsumen (Irawan et al., 2025). Ini berkaitan erat dengan prinsip *Corporate Digital Responsibility*, di mana bisnis tidak boleh cuma mengejar untung, tapi juga harus memikirkan dampak sosial dari teknologi yang mereka pakai—seperti bersikap terbuka dan memastikan teknologi tersebut memberi manfaat jangka panjang bagi publik (Taufiqurrohman & Gultom, 2023).

Pada akhirnya, kunci utamanya ada pada kolaborasi yang seimbang antara manusia dan AI. AI seharusnya diposisikan sebagai alat bantu yang meringankan pekerjaan dan mengolah data, bukan malah menggantikan posisi manusia secara utuh. Kombinasi keduanya akan menciptakan sistem kerja yang ideal: AI menangani analisis teknisnya, sementara keputusan akhir tetap dipegang manusia dengan mempertimbangkan aspek emosi, nilai sosial, dan etika (Pranoto et al., 2024).

KESIMPULAN

Penerapan Techno Ethical Entrepreneurship dalam bisnis berbasis *Artificial Intelligence* (AI) menunjukkan bahwa teknologi AI memiliki peran besar dalam meningkatkan inovasi, efisiensi, dan daya saing perusahaan di era digital. AI mampu membantu berbagai aktivitas bisnis, mulai dari pengambilan keputusan berbasis data, peningkatan pelayanan pelanggan, pengembangan strategi bisnis, hingga mendukung keberlanjutan usaha. Namun, keberhasilan penerapan AI tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi, tetapi juga membutuhkan kesiapan sumber daya manusia, strategi bisnis yang tepat, serta kemampuan perusahaan dalam menghadapi perubahan digital.

Selain memberikan berbagai manfaat, penggunaan AI juga harus memperhatikan aspek etika, seperti perlindungan privasi data, transparansi sistem, tanggung jawab perusahaan, dan dampaknya terhadap masyarakat. Oleh karena itu, konsep Techno Ethical Entrepreneurship menjadi penting sebagai pendekatan yang menggabungkan inovasi teknologi dengan nilai-nilai kemanusiaan dan tanggung jawab sosial. Dengan penerapan AI yang dilakukan secara bijak dan beretika, perusahaan dapat menciptakan bisnis digital yang tidak hanya unggul secara ekonomi, tetapi juga berkelanjutan serta memberikan manfaat bagi konsumen dan masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustus, V. I. N., Zahra, A., Kamil, R., Al, H., Rahmadhani, K. F., & Surakarta, U. M. (2025). *JURIKO : Jurnal Ilmu Ekonomi Optimalisasi Bisnis Lewat Penggunaan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Perspektif Etika Islam. I*, 39–48.
- Ainna Khansa, & Tata Sutabri. (2024). Pengembangan Customer Experience Berbasis Artificial Intelligence pada Startup Marketplace Shopee. *Router : Jurnal Teknik Informatika Dan Terapan*, 2(4), 28–39. <https://doi.org/10.62951/router.v2i4.270>
- Angelika Yanuar Kirana, Mohamad Saifudin, Muhammad Miftachul Mukhlisin, Nina Fatmawati, & Mochammad Isa Ansori. (2023). Transformasi Digital terhadap Sumber Daya Manusia sebagai Upaya Meningkatkan Kapabilitas Perusahaan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 19–36. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i4.1707>
- Dzulhasni, S., Zakia, D., Puspitasari, E. Y., & Wijaya, L. R. P. (2024). Implikasi Etika pada Penggunaan Artificial Intelligence (AI) dalam Akuntansi Manajemen. *Ambitek*, 4(1), 136–143. <https://doi.org/10.56870/ambitek.v4i1.136>
- Insirat, M. N., Syahfir, H. A., & Usman, Asri, M. (2025a). *Analisis Dampak Implementasi AI Dalam Proses Pengambilan Keputusan Manajerial Terhadap Etika Bisnis dan Keberlanjutan Organisasi: A Systematic Literature Review*. 9, 11–25.

- Insirat, M. N., Syahfir, H. A., & Usman, Asri, M. (2025b). *Analisis Dampak Implementasi AI Dalam Proses Pengambilan Keputusan Manajerial Terhadap Etika Bisnis dan Keberlanjutan Organisasi: A Systematic Literature Review*. 9, 11–25.
- Irawan, H., Riwurohi, Y. E., Irawan, I., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Komputer, I., Teknologi, F., Luhur, U. B., Komputer, S., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Ciledug, R., Utara, P., Lama, K., Data, P., & Sosial, T. J. (2025a). *KECERDASAN BUATAN STUDI KASUS DI INDONESIA*. 6(2).
- Irawan, H., Riwurohi, Y. E., Irawan, I., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Komputer, I., Teknologi, F., Luhur, U. B., Komputer, S., Informasi, F. T., Luhur, U. B., Ciledug, R., Utara, P., Lama, K., Data, P., & Sosial, T. J. (2025b). *KECERDASAN BUATAN STUDI KASUS DI INDONESIA*. 6(2).
- Kamil, A., Al Maa'uun, H., Rahmadhani, K., Rosyada, E., & Khoirunnisa, S. (2025). *JURIKO: Jurnal Ilmu Ekonomi Optimalisasi Bisnis Lewat Penggunaan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Perspektif Etika Islam*. 1, 39–48.
- Kusumawardhany, N., & Abdullah, I. N. (2025). Analisis penerapan, dampak, dan tantangan penerapan kecerdasan buatan (ai) dalam dunia industri. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Desain & Aplikasi Bisnis Teknologi (SENADA)*, 8(April), 16–24.
- Mahira, S. A., Sukoco, I., Barkah, C. S., Nurillah, J., & Novel, A. (2023). Teknologi Artificial Intelligence Dalam Analisis Sentimen: Studi Literatur Pada Perusahaan Kata.Ai. *International Journal of Information Management*, 57(2), 139–148.
- Marlina, S. (2025). *Analisis literatur sebagai metode penelitian*. 1(1), 1–7.
- Pranoto, T., Riyanto, A., & Jebaru Adon, M. (2024). Harmoni Manusia–Ai: Perspektif Heidegger Tentang Kodrat Ai Dan Dampak Positifnya Dalam Kehidupan Manusia. *Jurnal Humaniora Teknologi*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.34128/jht.v10i1.149>
- Pratama, M. A. Y., Rivaldi, M. H., & Azzahra, G. N. (2025). *INTEGRATING ARTIFICIAL INTELLIGENCE INTO ENTREPRENEURIAL STRATEGIES: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES*. 2(2), 113–130.
- Santoso, G., Rizal, M., Wiyana, H., & Subagja, S. N. (2025). Digitalisasi UMKM : Strategi Dan Model Bisnis Berbasis Teknologi Untuk Keberlanjutan. *JUBISDIGI: Jurnal Bisnis Digital*, 01(01), 21–30.
- Taufiqurrohman, Moch. M., & Gultom, E. (2023). Corporate Digital Responsibility: Tanggung Jawab Etis Penggunaan Teknologi Digital dalam Bisnis Perusahaan. *Humani: Hukum Dan Masyarakat Madani*, 13(2), 311–326.
- Yan Aditiya Pratama, & Stefanus Rumangkit. (2025). Kecerdasan Buatan dan Transformasi Digital Kewirausahaan: Pemetaan Sistematis melalui Pendekatan Bibliometrik Tren dan Penelitian Masa Depan. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 11(1), 13–28. <https://doi.org/10.30873/jurnalbisnis.v11i1.908>