FMC PRESS

AI • EKONOMI KREATIF • PENDIDIKAN KARAKTER

AI Membuat Usaha Kecil Mampu Bertindak Besar

Transformasi Ekonomi Kreatif, UMKM, dan Pendidikan Karakter di Era Kecerdasan Buatan



Bima HRMastho
CEO PT. FREEMIND MANAGEMENT CONSULTING

FMC PRESS

AI Membuat Usaha Kecil Mampu Bertindak Besar

Transformasi Ekonomi Kreatif, UMKM, dan Pendidikan Karakter di Era Kecerdasan Buatan

OLEH

Bima Hermastho

EDISI POCKET BOOK · SEMINAR NASIONAL

"Menjadi Tuan di Negeri Sendiri: Ekonomi Kreatif, AI, dan Penguatan Karakter Pancasila"

YSPK Cendekia · Semarang

FMC Press · Freemind Management Consulting · 2026

Manusia memimpin. Teknologi memperkuat. Nilai menjadi pembeda.

PENGANTAR PENULIS

Kata Pengantar

Buku saku ini saya siapkan khusus untuk Seminar Nasional **"Menjadi Tuan di Negeri Sendiri: Ekonomi Kreatif, AI, dan Penguatan Karakter Pancasila"** yang diselenggarakan YSPK Cendekia di Semarang. Ukurannya sengaja dibuat kecil agar mudah dibawa, dibaca ulang di rumah, dan dipraktikkan esok harinya.

Selama mendampingi banyak organisasi, dari pabrik besar sampai usaha keluarga, saya melihat pola yang sama. Usaha kecil jarang kekurangan ide. Yang sering kurang adalah tenaga, waktu, dan cara kerja yang rapi supaya ide itu berjalan setiap hari.

Kecerdasan buatan, atau AI, kini bisa membantu sebagian pekerjaan itu. Menulis keterangan produk, merangkum komentar pembeli, sampai menyusun laporan penjualan bisa dikerjakan lebih cepat. Karena itu judul buku ini berbunyi: usaha kecil bisa bertindak besar.

Tetapi buku ini bukan daftar aplikasi. Aplikasi cepat berganti, sedangkan cara mengelola usaha yang baik tetap berlaku lama. Setiap bab dimulai dari masalah

sehari-hari, lalu menjelaskan cara mencobanya sedikit demi sedikit dan cara menjaga kepercayaan pembeli.

Buku ini juga bicara soal karakter: jujur, bertanggung jawab, menghargai karya orang lain, dan gotong royong. Nilai-nilai yang sejalan dengan Pancasila inilah yang membuat kita menjadi tuan di negeri sendiri, bukan sekadar penonton atau pemakai teknologi buatan orang lain.

Semoga buku kecil ini bermanfaat bagi pelaku UMKM, pendamping usaha, guru, dosen, mahasiswa, pelajar, dan siapa saja yang ingin usaha kecil Indonesia tumbuh dengan sehat.

Surakarta, November 2026

Bima Hermastho

Founder & CEO, Freemind Management Consulting

NAVIGASI

Daftar Isi

BAGIAN AWAL

Kata Pengantar 2

Prolog 7

Ringkasan Eksekutif 9

BAGIAN ISI

01 Peluang Ekonomi Kreatif dan Posisi UMKM 11

- Sektor yang besar dan dekat dengan kita 11
- Bedakan fakta, tafsiran, dan keputusan 13
- Dari tren menjadi pilihan usaha 13
- Langkah yang bisa langsung dicoba 14

02 Pergeseran Nilai Manusia dan Pekerjaan 16

- Gambaran pekerjaan dunia hingga 2030 16
- Tiga lapis pekerjaan: membuat, mengatur, membedakan 17
- Pilah tugas dalam setiap pekerjaan 18

03 Diagnosis Kesiapan Usaha 20

- Tiga pondasi: data, cara kerja, dan kepercayaan 20
- Apa kata riset luar negeri 21
- Daftar periksa kesiapan 22
- Catat keadaan awal 22

04 Rantai Nilai Kreatif Berbasis AI 24

- Lima tahap yang berputar 24

Toko online hanya satu bagian 26
Memilih pekerjaan pertama untuk dibantu AI 26

05 **Produksi Kreatif dan Multiplikasi Aset** 28
Satu bahan utama, banyak turunan 28
Tiga contoh penerapan 29
Membuat lemari arsip kreatif 29

06 **Pemasaran, Video Commerce, dan Penjualan** 31
Ramainya belanja lewat video 31
Konten yang menjawab pertanyaan pembeli 32
Membaca corong penjualan 33
Dari omzet ramai ke untung nyata 34

07 **Pelayanan Pelanggan dan CRM** 35
CRM: buku ingatan usaha 35
Pohon keputusan: dijawab mesin atau manusia? 36
Menyusun buku jawaban 37

08 **Data, Keuangan, dan Operasi** 39
AI sebagai asisten urusan angka 39
Satu sumber data, satu kamus istilah 39
Jangan campur aduk lima angka ini 40

09 **Desain Kerja dan Pengembangan Kompetensi** 43
Keterampilan yang makin dicari 43
Peta pembagian tugas 44
Belajar dari pekerjaan nyata 44

10 **Pendidikan Karakter dan Tata Kelola AI** 46
Kerangka kemampuan AI dari UNESCO 46
Lima nilai yang perlu dilatih 47

Belajar lewat proyek 48

11 **Kolaborasi Ekosistem Pendidikan dan Masyarakat** 50

Siapa berperan apa 50

Mulai dari proyek kecil 51

12 **Business Case, ROI, dan Unit Economics** 53

Rumus ROI: untung dibanding biaya 53

Contoh hitungan (ilustrasi) 54

Langkah menghitung manfaat bersih 55

13 **Roadmap Transformasi dan Skala** 57

Lima anak tangga 57

Rencana 30-60-90 hari 58

Siapa memegang apa 58

PERANGKAT KERJA

TK **Toolkit Implementasi** 60

Rencana 30-60-90 hari 60

Lembar memilih pekerjaan yang dibantu AI 61

Pohon keputusan akhir percobaan 62

Papan nilai kinerja 62

Peta risiko dan pengaman 63

BAGIAN AKHIR

Epilog 65

Daftar Pustaka 66

Biodata Penulis 67

PEMBUKA

Prolog: Kreativitas Butuh Cara Kerja

Bayangkan Bu Sari, perajin tas anyaman di sebuah kota kecil. Tasnya bagus dan pelanggannya setia. Ia hafal cerita di balik setiap motif. Masalahnya, hampir semua pekerjaan ia lakukan sendiri. Ia memotret produk, menulis keterangan di marketplace, membalas pesan sampai larut malam, mencatat pesanan di buku tulis, dan menebak-nebak tas mana yang paling untung.

Kisah Bu Sari hanyalah ilustrasi, tetapi rasanya dekat dengan banyak pelaku usaha. Masalahnya bukan kurang kreatif. Masalahnya ada ketika ide harus dijalankan setiap hari: mencari tahu maunya pembeli, membuat konten, melayani, mencatat, menjaga mutu, dan mengambil keputusan.

AI bisa menjadi "asisten" untuk pekerjaan yang berhubungan dengan tulisan, gambar, dan angka. Ia bisa membantu membuat draf promosi, merangkum komentar pembeli, atau meringkas data penjualan. Namun AI tidak otomatis membuat strategi, membangun kepercayaan, atau menjamin usaha untung. Itu tetap tugas manusia.

> **Jangan mulai dari aplikasi. Mulailah dari masalah pembeli dan pekerjaan yang paling bikin repot.**

Cara membaca buku ini

Angka-angka di buku ini berasal dari sumber resmi dan riset internasional. Saran penerapannya adalah pendapat penulis, bukan hasil survei kepada UMKM Indonesia.

Setiap bab punya alur yang sama supaya mudah diikuti: apa yang sedang terjadi, apa artinya bagi usaha kecil, langkah yang bisa dicoba, hal yang perlu diwaspadai, dan cara mengukur kemajuan. Di bagian akhir ada perangkat kerja yang bisa langsung dipakai.



Pakailah buku ini seperti buku kerja. Catat keadaan usaha sebelum mencoba sesuatu, lalu bandingkan dengan hasilnya. Kebiasaan sederhana ini jauh lebih berguna daripada mencoba sepuluh aplikasi dalam sebulan.

INTI BUKU

Ringkasan Eksekutif: Lima Pesan Penting

1. **Ekonomi kreatif itu besar dan nyata.**
BPS mencatat 27,40 juta orang bekerja di ekonomi kreatif pada 2025. Pada 2024, nilainya Rp1.611,2 triliun atau 7,28% dari seluruh ekonomi nasional.

2. **Orang kini menonton sambil berbelanja.**
Belanja lewat video membuat jarak antara melihat, bertanya, dan membeli makin pendek. Ini peluang, tetapi tidak otomatis membuat untung.

3. **AI paling berguna kalau semua bagian tersambung.**
Hasil terbaik datang saat AI membantu dari mengenali pembeli, membuat produk dan konten, menjual, melayani, sampai belajar dari hasil.

4. **Ukur untungnya, bukan ramainya.**
Banyaknya konten atau aplikasi tidak membuktikan apa pun. Yang perlu dilihat adalah biaya per produk, sisa untung per penjualan, dan pembeli yang kembali.

5. **Karakter adalah rem sekaligus pembeda.**
Ketika membuat konten jadi murah dan cepat, kejujuran dan tanggung jawablah yang membuat pembeli tetap percaya.

Artinya, UMKM sebaiknya naik kelas setahap demi setahap: rapikan data, perjelas cara kerja, coba hal baru secara terukur, buat aturan main, baru sambungkan semuanya. Sekolah, kampus, komunitas, pemerintah, dan pelaku usaha bisa saling membantu.



Gambar R.1. Urutan membangun kemampuan AI pada usaha kecil.

> **AI yang berguna bukan yang paling canggih, melainkan yang menyelesaikan masalah nyata dengan aman dan menguntungkan.**

BAB 01

Peluang Ekonomi Kreatif dan Posisi UMKM

Melihat seberapa besar peluangnya, lalu memilih yang paling cocok dengan kemampuan usaha.

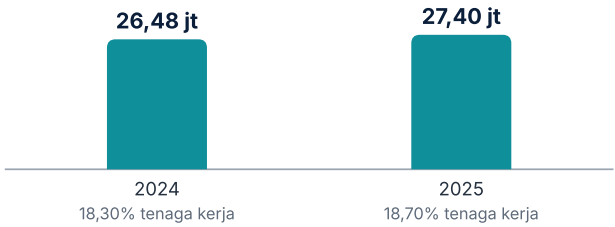
PESAN UTAMA

Pasar yang besar membuka peluang, tetapi tidak menjamin dagangan laku. Peluang harus dibuktikan dengan pembeli sungguhan dan untung yang nyata.

Sektor yang besar dan dekat dengan kita

Ekonomi kreatif adalah usaha yang menjual hasil pikiran, budaya, keterampilan, dan desain. Contohnya batik, kerajinan, kuliner khas, musik, konten video, sampai desain kemasan. Di sini usaha kecil punya kelebihan: dekat dengan pembeli, cepat mencoba hal baru, produknya khas, dan pandai membangun komunitas.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), ada 27,40 juta orang yang bekerja di ekonomi kreatif pada 2025. Jumlah ini hampir satu dari lima pekerja di Indonesia (18,70%). Setahun sebelumnya ada 26,48 juta orang (18,30%).



Gambar 1.1. Jumlah pekerja ekonomi kreatif Indonesia (juta orang). Sumber: BPS, 17 November 2025.

Rp1.611,2 T	**7,28%**	**6,57%**
nilai ekonomi kreatif 2024	bagian dari ekonomi nasional	pertumbuhan nilai ekonomi kreatif

Pada 2024, nilai ekonomi kreatif mencapai Rp1.611,2 triliun atau 7,28% dari seluruh ekonomi nasional (PDB). Angka ini menunjukkan betapa besar sektornya. Tetapi ingat, angka nasional tidak berarti setiap usaha tumbuh sama cepatnya.

Gampangnya begini

Angka nasional itu seperti ramalan cuaca untuk satu provinsi. Berguna untuk gambaran umum, tetapi belum tentu sama dengan cuaca di depan rumah Anda. Untuk tahu kondisi usaha sendiri, Anda tetap harus melihat pembeli Anda sendiri.

Bedakan fakta, tafsiran, dan keputusan

Kesalahan yang sering terjadi: membaca angka nasional, lalu langsung yakin dagangan pasti laku. Supaya tidak terjebak, pisahkan tiga hal berikut setiap kali membaca data.

Tabel 1.1. Tiga lapisan membaca data.

Lapisan	Pertanyaan kunci	Contoh
Fakta	Apa yang bisa dicek kebenarannya?	27,40 juta orang bekerja di ekonomi kreatif (BPS 2025).
Tafsiran	Apa artinya bagi pasar saya?	Pembeli bertambah, tetapi pesaing juga bertambah.
Keputusan	Apa yang akan saya coba?	Membuka pre-order produk baru untuk satu kelompok pembeli.

Dari tren menjadi pilihan usaha

Peluang tidak selalu berarti menjual lebih banyak barang. Peluang juga bisa datang dari cerita di balik produk, desain yang menarik, pelayanan yang ramah, produk digital, atau kerja sama dengan usaha lain.

Tidak semua peluang harus dikejar. Pilih yang cocok dengan keahlian, kapasitas produksi, modal, dan nama baik yang ingin dibangun. Lebih baik fokus di satu tempat daripada membuka banyak toko lalu kewalahan.

Tabel 1.2. Penilaian cepat untuk menyaring peluang.

Kriteria	Pertanyaan penilaian (skor 1–5)
Daya tarik	Seberapa besar pembeli menginginkannya?
Kemampuan	Apakah kita sanggup membuatnya dengan mutu yang sama terus-menerus?
Biaya	Berapa modal dan waktu yang dibutuhkan?
Waktu hasil	Kapan hasil pertama mulai terlihat?
Risiko	Apa akibatnya kalau gagal?

Langkah yang bisa langsung dicoba

1. Tuliskan kekuatan usaha Anda: keterampilan, desain, cerita, dan komunitas.
2. Tentukan pembeli yang paling menghargai kekuatan itu.
3. Rumuskan masalah pembeli yang bisa Anda bantu selesaikan.
4. Fokus pada satu kelompok pembeli dulu sebelum membuka toko di banyak tempat.
5. Buktikan minat pembeli lewat obrolan langsung, pre-order, uji harga, dan pembelian ulang.

Yang perlu diwaspadai

Mengira pasar yang besar pasti membuat dagangan laku. Bukti terbaik adalah perilaku pembeli: berapa yang benar-benar membayar, berapa yang kembali membeli, dan berapa sisa untungnya. Pujian di media sosial saja belum cukup.

Cara mengukur kemajuan

- Jumlah pre-order atau calon pembeli yang nyata.
- Persentase orang yang melihat lalu membeli.
- Sisa untung per produk setelah biaya.
- Persentase pembeli yang membeli lagi.

BAB 02

Pergeseran Nilai Manusia dan Pekerjaan

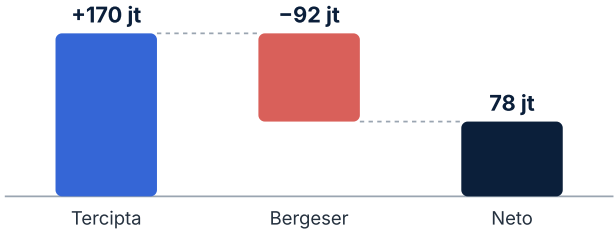
Mesin makin cepat menghasilkan sesuatu. Peran manusia bergeser menjadi pengarah, penilai, dan penanggung jawab.

PESAN UTAMA

Serahkan tugas-tugas kecil ke mesin, bukan seluruh pekerjaan. Justru peran manusia makin penting di bagian yang butuh pertimbangan, rasa, dan kepercayaan.

Gambaran pekerjaan dunia hingga 2030

World Economic Forum (WEF) memperkirakan, sampai 2030 akan muncul 170 juta pekerjaan baru di dunia. Di sisi lain, 92 juta pekerjaan akan berubah atau hilang. Jadi, secara keseluruhan masih ada tambahan 78 juta pekerjaan.



Gambar 2.1. Perkiraan perubahan pekerjaan dunia 2025–2030 (juta). Sumber: WEF, Future of Jobs Report 2025.

Angka ini adalah perkiraan untuk seluruh dunia, berdasarkan survei kepada perusahaan. Angka ini bukan kepastian untuk Indonesia. Pesan utamanya: isi pekerjaan akan berubah, dan orang yang mau terus belajar akan lebih siap.

Tiga lapis pekerjaan: membuat, mengatur, membedakan

Agar mudah memahami di mana peran manusia makin penting, bayangkan pekerjaan terdiri atas tiga lapis. Makin ke atas, makin sulit digantikan mesin.



Gambar 2.2. Tiga lapis nilai kerja. Lapisan paling atas paling sulit digantikan mesin.

AI sudah sangat pandai di lapisan **membuat**. Lapisan **mengatur** butuh orang yang bisa memastikan setiap hasil tepat guna. Lapisan **membedakan** adalah alasan pembeli memilih Anda, bukan pesaing yang memakai alat yang sama.

Gampangnya begini

AI itu seperti mesin penggiling di dapur. Mesin bisa menghaluskan bumbu dengan cepat, tetapi yang menentukan rasa tetap juru masaknya. Pembeli datang karena rasa, bukan karena mesinnya.

Pilah tugas dalam setiap pekerjaan

Untuk setiap pekerjaan di usaha Anda, kelompokkan tugasnya menjadi tiga: tugas yang berulang, tugas yang butuh pertimbangan, dan tugas yang butuh hubungan antarmanusia. Dengan cara ini, Anda tidak buru-buru menghapus sebuah posisi padahal yang perlu diubah hanya sebagian tugasnya.

Tabel 2.1. Memilah tugas sebelum memakai AI.

Jenis tugas	Contoh	Peran AI
Berulang	Draf keterangan produk, rekap pesanan	Membantu penuh, dicek sesekali
Butuh pertimbangan	Menentukan harga promo, memilih desain	Memberi pilihan, manusia memutuskan
Hubungan manusia	Menangani keluhan, negosiasi dengan mitra	Hanya menyiapkan informasi

Yang perlu diwaspadai

Bisa dibantu AI tidak sama dengan bisa diserahkan seluruhnya. Perubahan cara kerja perlu disertai pelatihan, penjelasan yang terbuka kepada tim, perlindungan data, dan jalur bantuan ke manusia.

Cara mengukur kemajuan

- Jam kerja yang pindah dari tugas berulang ke tugas yang lebih bernilai.
- Hasil kerja yang langsung lolos pemeriksaan pada percobaan pertama.
- Kepuasan pembeli saat dilayani manusia.

BAB 03

Diagnosis Kesiapan Usaha

Sebelum memakai AI, pastikan dulu data, cara kerja, dan kepercayaan sudah cukup kuat.

PESAN UTAMA

Kalau cara kerjanya masih berantakan, AI hanya mempercepat berantakannya.

Tiga pondasi: data, cara kerja, dan kepercayaan

Hambatan UMKM biasanya bukan pada aplikasinya, tetapi pada tiga pondasi berikut. Kalau salah satunya lemah, hasil AI jadi tidak konsisten dan sulit dipertanggungjawabkan.



Gambar 3.1. Tiga pondasi kesiapan usaha.

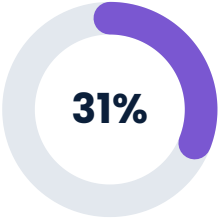
Kalau data pembeli tercecer di banyak tempat, sulit memberi pelayanan yang pas. Kalau cara kerja berubah-ubah, hasil AI juga berubah-ubah. Kepercayaan bisa rusak karena informasi

salah, melanggar hak cipta, data bocor, atau gaya bahasa yang tidak cocok dengan merek.

Gampangnya begini

Memakai AI tanpa data dan cara kerja yang rapi itu seperti memasang mesin cuci di rumah yang belum ada saluran airnya. Mesinnya bagus, tetapi rumahnya belum siap.

Apa kata riset luar negeri



Gambar 3.2. Persentase UKM yang memakai generative AI dalam survei OECD. Sumber: OECD, 2025.

Lembaga OECD (2025) menyurvei lebih dari 5.000 UKM di Austria, Kanada, Jerman, Irlandia, Jepang, Korea, dan Inggris. Hasilnya, sekitar 31% sudah memakai generative AI, yaitu AI yang bisa membuat tulisan atau gambar. Usaha yang lebih kecil, sektor tertentu, dan yang kekurangan keterampilan cenderung tertinggal. Karena survei ini dilakukan di negara lain, angkanya hanya pembanding, bukan gambaran UMKM Indonesia.

Daftar periksa kesiapan

Tabel 3.1. Daftar periksa kesiapan. Kalau lebih dari dua jawaban “Belum”, rapikan pondasinya dulu.

Pertanyaan	Ya	Belum
Data produk dan harga tersimpan di satu tempat?	☐	☐
Data pembeli boleh dipakai dan tersimpan aman?	☐	☐
Langkah kerja bisa dijelaskan dalam satu halaman?	☐	☐
Jelas siapa yang memeriksa hasil sebelum diterbitkan?	☐	☐
Kesalahan bisa dilacak asalnya?	☐	☐
Ada catatan waktu, biaya, dan kesalahan saat ini?	☐	☐

Catat keadaan awal

Sebelum mencoba apa pun, catat dulu keadaan saat ini: berapa lama sebuah pekerjaan selesai, di mana pekerjaan sering menumpuk, seberapa sering terjadi kesalahan, dan berapa biayanya. Catatan awal ini disebut **baseline**. Tanpa baseline, Anda tidak akan tahu apakah perubahan benar-benar membuat keadaan lebih baik.

Yang perlu diwaspadai

Jangan memasukkan data pribadi pembeli atau rahasia usaha ke layanan yang belum jelas keamanannya. Baca dulu aturan penggunaan datanya, dan masukkan data seperlunya saja.

Cara mengukur kemajuan

- Persentase data produk dan pembeli yang sudah lengkap.
- Jumlah pekerjaan utama yang langkahnya sudah ditulis.
- Tersedianya catatan awal waktu, biaya, dan kesalahan.

BAB 04

Rantai Nilai Kreatif Berbasis AI

Memakai AI mengikuti alur usaha, bukan mengikuti aplikasi yang sedang ramai.

PESAN UTAMA

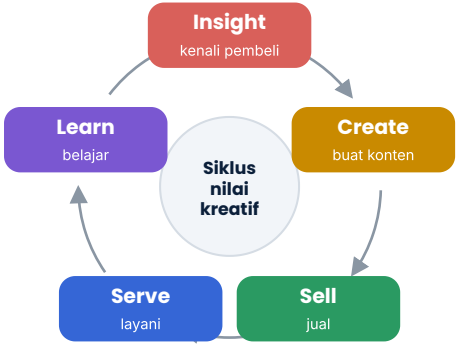
AI paling bermanfaat kalau setiap tahap usaha saling tersambung, dan pelajaran dari hasil penjualan dipakai lagi untuk memperbaiki produk.

Lima tahap yang berputar

Usaha kreatif bisa digambarkan sebagai lingkaran lima tahap. Lingkaran ini membantu Anda melihat di bagian mana AI bisa membantu, dan di bagian mana keputusan tetap harus di tangan manusia.

Mengapa lingkaran, bukan garis lurus? Karena usaha kreatif hidup dari masukan pembeli. Komentar pembeli hari ini bisa menjadi ide desain bulan depan. Pertanyaan yang sering muncul bisa menjadi bahan konten berikutnya.

Jadi, pertanyaan pertamanya bukan “aplikasi apa yang harus dipakai?”, melainkan “di tahap mana usaha saya paling sering macet?” Jawaban inilah titik awal memakai AI.



Gambar 4.1. Lima tahap usaha kreatif. Hasil tahap Learn menjadi bahan untuk tahap Insight berikutnya.

Tabel 4.1. Peran AI di setiap tahap.

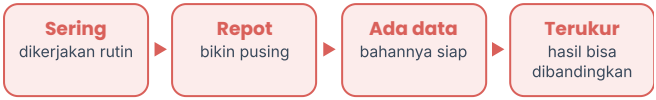
Tahap	Artinya	Contoh bantuan AI
Insight	Mengenali selera dan keluhan pembeli	Merangkum ulasan, mengelompokkan keluhan
Create	Mengubah ide menjadi produk dan konten	Draf tulisan, variasi gambar, naskah video
Sell	Mempertemukan produk dengan pembeli	Teks iklan, katalog, pesan tindak lanjut
Serve	Melayani dan menyelesaikan masalah	Jawaban pertanyaan umum, meneruskan ke petugas
Learn	Membaca hasil lalu memperbaiki	Ringkasan data, ide percobaan baru

Toko online hanya satu bagian

Laporan e-Conomy SEA 2025 menunjukkan belanja lewat video di Indonesia tumbuh pesat. Tetapi tempat berjualan hanyalah satu bagian. Laris atau tidaknya usaha tetap ditentukan oleh produk yang cocok, pelayanan yang baik, pengiriman, harga, dan pembeli yang mau kembali.

Memilih pekerjaan pertama untuk dibantu AI

Pilih pekerjaan pertama dengan empat syarat berikut. Pekerjaan yang memenuhi keempatnya biasanya paling cepat memberi hasil dengan risiko paling kecil.



Setelah memilih, tulis peta sederhana: apa bahannya, apa langkahnya, apa hasilnya, siapa penanggung jawabnya, dan siapa yang memeriksa. Peta ini membantu Anda menilai apakah AI benar-benar membantu atau malah menambah pekerjaan.

Yang perlu diwaspadai

Memakai lima aplikasi yang berjalan sendiri-sendiri, tanpa satu daftar pembeli, satu katalog produk, dan satu cara mengukur. Akibatnya data saling bertabrakan dan keputusan jadi membingungkan.

Cara mengukur kemajuan

- Waktu dari menemukan ide sampai konten terbit.
- Persentase hasil yang lolos pemeriksaan.
- Jumlah perbaikan yang lahir dari tahap belajar.

BAB 05

Produksi Kreatif dan Multiplikasi Aset

Satu bahan kreatif yang bagus bisa diolah menjadi banyak bentuk tanpa kehilangan ciri khas merek.

PESAN UTAMA

AI mempercepat pembuatan variasi. Manusia menjaga rasa, kebenaran isi, dan janji kepada pembeli.

Satu bahan utama, banyak turunan

Melipatgandakan konten bukan berarti menyalin hal yang sama ke semua tempat. Bahan utamanya perlu jelas dulu: pesan apa yang ingin disampaikan, fakta produknya, izin pemakaiannya, gaya gambarnya, dan siapa pembelinya. Setelah itu, baru dibuat variasi yang cocok untuk tiap tempat berjualan.

Gampangnya begini

Seperti satu panci kaldu ayam yang enak. Dari situ Anda bisa membuat soto, sup, atau bubur. Rasa dasarnya sama, penyajiannya berbeda sesuai selera pembeli.



Gambar 5.1. Alur melipatgandakan bahan kreatif.

Tiga contoh penerapan

Tabel 5.1. Contoh melipatgandakan bahan kreatif.

Bidang	Bahan utama	Turunan yang bisa dibuat
Fesyen	Sesi foto produk	Katalog, video pendek, naskah siaran langsung, keterangan di marketplace
Kuliner	Daftar menu	Foto, materi promo, rangkuman ulasan, jawaban pertanyaan umum, penawaran pelanggan setia
Kriya	Papan ide (moodboard)	Konsep, variasi desain, cerita pembuat, keterangan produk, katalog berbagai bahasa

Membuat lemari arsip kreatif

Agar rapi, buat satu tempat penyimpanan bersama. Anggap saja lemari arsip digital. Isinya:

- File asli dan versi akhir yang sudah disetujui.
- Keterangan produk dan gaya bahasa merek.
- Izin model, fotografer, dan musik.
- Perintah (prompt) AI yang terbukti bagus, beserta contoh hasilnya.

- Catatan siapa yang menyetujui, dan template untuk tiap tempat berjualan.

Yang perlu diwaspadai

Periksa hak cipta, klaim produk, dan kejujuran gambar. Jangan membuat testimoni palsu, foto hasil yang menipu, atau seolah-olah ada pembeli yang memuji. Keputusan terakhir tetap di tangan manusia.

Cara mengukur kemajuan

- Jumlah turunan dari satu bahan utama.
- Waktu membuat satu konten dibanding sebelumnya.
- Konsistensi merek saat diperiksa.
- Tidak ada masalah hak cipta atau klaim yang menyesatkan.

BAB 06

Pemasaran, Video Commerce, dan Penjualan

Konten baru bernilai kalau tersambung dengan penawaran dan pengalaman belanja yang menyenangkan.

PESAN UTAMA

Belanja lewat video menggabungkan pertunjukan, obrolan, dan pembelian. Ukur keberhasilannya dari untung, bukan hanya dari ramainya penjualan.

Ramainya belanja lewat video

Laporan *e-Conomy SEA 2025* dari Google, Temasek, dan Bain & Company mencatat ada sekitar 800 ribu penjual dan toko yang berjualan lewat video di Indonesia. Jumlahnya naik 75% dari tahun sebelumnya. Jumlah transaksinya naik 90% menjadi 2,6 miliar transaksi.

±800 rb
penjual & toko yang berjualan lewat video

2,6 miliar
transaksi lewat video



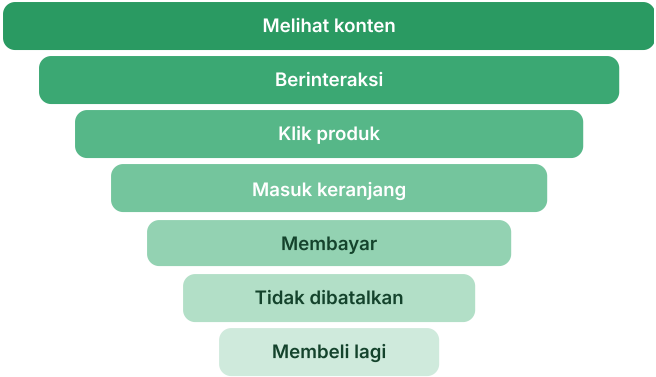
Gambar 6.1. Pertumbuhan tahunan belanja lewat video di Indonesia. Sumber: Google, Temasek & Bain, e-Conomy SEA 2025.

Angka ini menunjukkan ramainya pasar, bukan jaminan setiap penjual pasti laku. Makin banyak penjual, makin penting mutu produk, kejujuran saat memperagakan barang, dan cepatnya pelayanan.

Konten yang menjawab pertanyaan pembeli

Coba beberapa jenis konten: memperagakan cara pakai produk, cerita di balik layar, tutorial, siaran langsung, kisah pembuatnya, dan jawaban atas keraguan pembeli. Konten yang baik menjawab pertanyaan calon pembeli, bukan sekadar mengejar jumlah penonton.

Membaca corong penjualan



Gambar 6.2. Corong penjualan (gambaran umum). Pakai kode promo dan bandingkan dengan periode sebelumnya agar tahu konten mana yang berhasil.

Corong ini seperti saringan. Di atas banyak orang, makin ke bawah makin sedikit. Cari di tahap mana orang paling banyak “hilang”. Kalau banyak yang menonton tetapi sedikit yang mengklik, perbaiki ajakan membelinya. Kalau banyak yang memasukkan ke keranjang tetapi tidak membayar, periksa ongkos kirim dan cara bayar. Kalau banyak yang membeli tetapi tidak kembali, periksa mutu produk dan pelayanan setelah pembelian.

Dari omzet ramai ke untung nyata

Tabel 6.1. Biaya yang wajib dikurangkan sebelum menilai berhasil tidaknya promosi.

Komponen	Pengaruhnya pada untung
Diskon dan voucher	Mengurangi harga jual
Biaya platform dan komisi	Dipotong dari setiap transaksi
Biaya iklan	Harus dibagi ke penjualan yang dihasilkan
Retur dan pembatalan	Menghapus pendapatan, menambah biaya
Pengemasan dan pengiriman	Bahan, ongkos, dan tenaga kerja

Yang perlu diwaspadai

Bangga dengan penjualan yang ramai tanpa menghitung untungnya. Periksa juga kebenaran klaim promosi dan pastikan stok ada sebelum siaran langsung, agar tidak banyak pesanan yang dibatalkan.

Cara mengukur kemajuan

- Persentase orang yang mengklik lalu membeli.
- Sisa untung per kampanye promosi.
- Jumlah retur dan pembatalan.
- Persentase pembeli yang kembali.

BAB 07

Pelayanan Pelanggan dan CRM

Membalas cepat itu penting, tetapi pembeli percaya karena jawabannya benar, konsisten, dan bertanggung jawab.

PESAN UTAMA

Pelayanan dengan bantuan AI harus punya batas yang jelas: mana yang boleh dijawab mesin, mana yang wajib dijawab manusia.

CRM: buku ingatan usaha

CRM (*Customer Relationship Management*) gampangnya adalah buku ingatan tentang pembeli. Bukan sekadar daftar nomor telepon. CRM mencatat siapa pembelinya, apa yang dibeli, apa yang ditanyakan, dan bagaimana masalahnya diselesaikan.

Pada tahap melayani (**Serve**), ada pertanyaan yang boleh dijawab otomatis, ada yang perlu dipilah dulu, dan ada yang wajib diteruskan ke manusia.

Gampangnya begini

Bayangkan penjaga toko yang hafal pembeli langganannya: ukuran bajunya, warna kesukaannya, bahkan keluhannya bulan lalu. CRM membantu usaha Anda punya "ingatan" seperti itu, walaupun pembelinya ribuan orang.

Pohon keputusan: dijawab mesin atau manusia?

1 Apakah pertanyaannya termasuk pertanyaan umum yang jawabannya sudah disetujui? (jam buka, ukuran, bahan, pengiriman, retur)

- **Ya** ↓ lanjut ke pertanyaan 2
- **Tidak** → teruskan ke petugas

2 Apakah jawabannya ada di catatan resmi yang masih berlaku?

- **Ya** ↓ lanjut ke pertanyaan 3
- **Tidak** → teruskan ke petugas, catat sebagai informasi yang kurang

3 Apakah bebas dari keluhan serius, soal keamanan, transaksi bermasalah, atau tawar-menawar khusus?

- **Ya** ↓ jawab otomatis dan tawarkan bicara dengan manusia
- **Tidak** → segera teruskan ke petugas yang berwenang

Gambar 7.1. Pohon keputusan menangani pertanyaan pembeli.

Menyusun buku jawaban

Buku jawaban harus berasal dari sumber resmi usaha: katalog, harga, stok, aturan retur, garansi, dan jawaban yang sudah disetujui. Beri tanggal setiap kali diperbarui. Sebelum dipakai, uji dengan pertanyaan biasa dan pertanyaan "jebakan" untuk melihat apakah sistem berani mengarang jawaban.

Tabel 7.1. Isi buku jawaban dan CRM.

Bagian	Isi minimal	Penanggung jawab
Katalog	Nama, spesifikasi, foto, harga	Pemilik produk
Stok	Jumlah tersedia, perkiraan kirim	Gudang
Aturan	Retur, garansi, pembayaran	Pemilik usaha
Jawaban baku	Pertanyaan umum yang disetujui	Tim layanan
Catatan kasus	Masalah, penanggung jawab, status	Tim layanan

Yang perlu diwaspadai

Pembeli terjebak berbicara dengan mesin tanpa bisa menghubungi manusia. Sediakan jalan yang jelas untuk berpindah ke petugas, dan jangan menyimpan data pribadi yang tidak diperlukan.

Cara mengukur kemajuan

- Berapa cepat balasan pertama.
- Masalah yang selesai dalam satu kali kontak.
- Jumlah jawaban yang harus dikoreksi petugas.
- Pertanyaan yang tidak terjawab dan jumlah yang diteruskan.
- Kepuasan pembeli setelah dilayani.

BAB 08

Data, Keuangan, dan Operasi

Dasarnya bukan tampilan laporan yang cantik, melainkan catatan yang benar dan istilah yang dipahami sama.

PESAN UTAMA

AI boleh membantu membaca angka, tetapi angkanya sendiri harus berasal dari catatan transaksi yang bisa dicek.

AI sebagai asisten urusan angka

AI bisa membantu pemilik usaha memahami angka dan menjaga kerapian kerja. Contoh yang realistis: mengelompokkan transaksi, meringkas penjualan, merangkum ulasan, mengingatkan stok menipis, mencocokkan catatan sederhana, dan menyusun laporan.

Tetapi hitungannya harus jujur. Biaya langganan AI, waktu untuk memeriksa hasilnya, kesalahan, dan pekerjaan yang harus diulang juga perlu dihitung.

Satu sumber data, satu kamus istilah

Simpan data produk, pembeli, transaksi, biaya, dan stok di satu tempat utama. Lalu buat kamus istilah agar semua orang membaca angka dengan cara yang sama.

Tabel 8.1. Contoh kamus istilah sederhana. Sesuaikan dengan usaha Anda.

Istilah	Artinya	Satuan	Pengelola
Omzet	Total penjualan sebelum dikurangi biaya	Rp/bulan	Keuangan
Margin kontribusi	Harga jual dikurangi biaya yang ikut naik-turun	Rp/unit	Keuangan
Waktu proses	Lama dari pesanan masuk sampai dikirim	Jam	Operasi
Pembelian ulang	Pembeli yang belanja lagi dalam 90 hari	%	Pemasaran

Jangan campur aduk lima angka ini

Banyak usaha merasa ramai pembeli tetapi uangnya selalu tipis. Penyebabnya sering sederhana: omzet dianggap untung, atau untung dianggap uang di rekening. Pisahkan lima angka berikut.



Gambar 8.1. Lima angka keuangan yang tidak boleh dicampuradukkan.

Gampangnya begini

Omzet itu seperti uang yang masuk ke laci kasir hari ini. Belum semuanya milik Anda, karena masih harus dipakai belanja bahan, membayar ongkos kirim, dan membayar komisi. Yang benar-benar tersisa itulah untung.

Yang perlu diwaspadai

Menganggap ringkasan buatan AI sebagai bukti pembukuan. Cocokkan sebagian hasilnya dengan bukti asli, seperti nota, mutasi rekening, dan laporan marketplace.

Cara mengukur kemajuan

- Persentase transaksi yang tercatat lengkap.
- Selisih antara catatan dan uang di rekening setiap bulan.
- Waktu yang dibutuhkan untuk menyusun laporan bulanan.
- Ketepatan ringkasan AI saat dicek.

BAB 09

Desain Kerja dan Pengembangan Kompetensi

AI mengubah isi pekerjaan. Kerja sama antara manusia dan mesin perlu dirancang, bukan dibiarkan terjadi begitu saja.

PESAN UTAMA

Pekerjaan boleh makin cepat, tetapi belajar, tanggung jawab, dan mutu pelayanan tidak boleh hilang.

Keterampilan yang makin dicari

WEF menyebut keterampilan AI dan pengolahan data sebagai keterampilan yang paling cepat naik kebutuhannya. Berpikir kreatif juga tetap penting. Survei OECD (2025) menemukan UKM yang memakai generative AI merasa kinerja karyawannya membaik. Namun mereka juga butuh keterampilan baru dan khawatir soal hak cipta serta aturan hukumnya.

Pekerja perlu tahu kapan AI tepat dipakai, cara memeriksa hasilnya, cara menjaga data, dan kapan harus bertanya kepada manusia. Kemampuan teknis harus berjalan bersama kemampuan berkomunikasi, memecahkan masalah, berkreasi, dan berintegritas.

Peta pembagian tugas

Tulis semua tugas di setiap pekerjaan, lalu letakkan di kotak berikut berdasarkan seberapa sering tugas itu muncul dan seberapa besar pertimbangan yang dibutuhkan.



Gambar 9.1. Peta pembagian tugas antara manusia dan AI.

Belajar dari pekerjaan nyata

Pelatihan yang berhasil tidak dimulai dari pamer fitur aplikasi, melainkan dari pekerjaan sehari-hari. Ikuti pola berikut.



Gampangnya begini

Seperti belajar naik sepeda. Membaca buku panduan tidak cukup. Anda perlu mencoba langsung, sesekali jatuh, lalu dibimbing sampai lancar. Belajar AI pun begitu.

Yang perlu diwaspadai

Mengukur keberhasilan hanya dari jumlah akun atau jumlah perintah yang diketik ke AI. Ukurlah waktu kerja, mutu hasil, pekerjaan yang harus diulang, kemampuan tim, rasa aman tim untuk bertanya, dan kepuasan pembeli.

Cara mengukur kemajuan

- Persentase tugas yang sudah dipetakan.
- Berkurangnya pekerjaan yang harus diulang setelah pelatihan.
- Jumlah SOP baru yang benar-benar dipakai.

BAB 10

Pendidikan Karakter dan Tata Kelola AI

Karakter adalah pondasi agar kemampuan memakai AI dipakai dengan jujur, adil, bertanggung jawab, dan memanusiakan manusia.

PESAN UTAMA

Pendidikan karakter bukan pelengkap teknologi. Karakterlah yang menentukan teknologi dibawa ke arah mana.

Kerangka kemampuan AI dari UNESCO

UNESCO pada 2024 menerbitkan panduan kemampuan AI untuk pelajar (*AI Competency Framework for Students*). Isinya empat bidang kemampuan dengan tiga tingkat: memahami, menerapkan, dan mencipta. Pelajar diharapkan menjadi pemakai sekaligus pencipta AI yang bertanggung jawab.

Tabel 10.1. Empat bidang dan tiga tingkat kemampuan menurut UNESCO (2024). Isi sel diringkas penulis.

Bidang	Memahami	Menerapkan	Mencipta
Berpusat pada manusia	Paham peran manusia	Manusia tetap memegang kendali	Merancang dengan nilai
Etika AI	Mengenali masalah etika	Bertindak etis	Ikut menyusun aturan
Teknik & penggunaan AI	Tahu cara kerjanya	Memakai dengan tepat	Membuat solusi
Merancang sistem AI	Paham bagian-bagiannya	Merancang sederhana	Membangun sistem

Lima nilai yang perlu dilatih



Gambar 10.1. Lima nilai utama dalam memakai AI.

Nilai-nilai ini sejalan dengan karakter Pancasila: kejujuran dan tanggung jawab, kemanusiaan yang adil, serta gotong royong. Di era AI, nilai-nilai ini bukan sekadar hafalan, tetapi kebiasaan sehari-hari saat bekerja dan berkarya.

Gampangnya begini

AI itu seperti pisau dapur yang sangat tajam. Di tangan juru masak yang baik, ia menghasilkan masakan lezat. Di tangan yang ceroboh, ia bisa melukai. Karakter adalah cara kita memegang pisau itu.

Belajar lewat proyek

Cara terbaik menanamkan nilai adalah lewat praktik. Gunakan pembelajaran berbasis proyek dengan alur berikut.

1. **Temukan masalah di sekitar**
   dari lingkungan pelajar sendiri
2. **Kumpulkan data yang sah**
   dengan izin yang jelas
3. **Pakai AI secara terbuka**
   catat kapan dan untuk apa
4. **Periksa hasilnya**
   cek fakta dan sumber
5. **Renungkan dampaknya**
   lalu presentasikan keputusan

Yang perlu diwaspadai

Aturan pemakaian AI yang terlalu longgar atau terlalu ketat. Buat aturan yang seimbang: lindungi data pelajar, hindari perlakuan tidak adil, beri ruang untuk karya asli, dan nilai cara berpikirnya, bukan hanya hasil akhirnya.

Cara mengukur kemajuan

- Persentase tugas yang mencantumkan pemakaian AI.
- Mutu pemeriksaan fakta pada hasil proyek.
- Kedalaman renungan pelajar tentang dampak keputusannya.

BAB 11

Kolaborasi Ekosistem Pendidikan dan Masyarakat

Memajukan usaha kecil tidak bisa dibebankan kepada pemilik usaha seorang diri.

PESAN UTAMA

Dosen, guru, mahasiswa, pelajar, tokoh masyarakat, komunitas, dan pemerintah bisa bergotong royong, asalkan perannya jelas.

Siapa berperan apa

Dosen dan guru menjaga kejujuran dan mengajarkan cara berpikir. Tokoh masyarakat menjaga kepercayaan dan semangat gotong royong. Mahasiswa dan pelajar membawa kreativitas, keberanian mencoba, dan tanggung jawab.



Gambar 11.1. Lingkaran pendukung UMKM. Peran "Mitra usaha" ditambahkan penulis sebagai pelengkap.

Gampangnya begini

Seperti kerja bakti membangun jembatan desa. Ada yang membawa bambu, ada yang mengikat, ada yang menyiapkan makanan. Kalau semua mengerjakan bagiannya, jembatan cepat jadi dan bisa dipakai bersama.

Mulai dari proyek kecil

Kerja sama paling berhasil kalau dimulai dari proyek kecil yang jelas. Misalnya merapikan katalog produk lokal, merangkum ulasan pembeli, atau membuat contoh informasi wisata desa.

Tabel 11.1. Lembar kesepakatan proyek kerja sama.

Unsur kesepakatan	Pertanyaan yang harus dijawab
Masalah	Masalah UMKM apa yang mau diselesaikan?
Mitra	Siapa saja yang terlibat dan apa perannya?
Data	Data apa yang dipakai dan bagaimana izinnya?
Waktu	Berapa lama proyek berjalan?
Hasil	Apa hasil nyata yang diserahkan?
Ukuran	Bagaimana mengukur keberhasilannya?
Keberlanjutan	Siapa yang merawat hasilnya setelah proyek selesai?

Yang perlu diwaspadai

Menjadikan UMKM sekadar bahan percobaan tanpa manfaat yang jelas. Sepakati sejak awal soal izin, pemakaian data, kepemilikan hasil, pendampingan, dan kelanjutan setelah proyek selesai.

Cara mengukur kemajuan

- Jumlah proyek yang hasilnya benar-benar dipakai.
- Persentase UMKM yang meneruskan cara baru setelah proyek berakhir.
- Kepuasan UMKM terhadap pendampingan.

BAB 12

Business Case, ROI, dan Unit Economics

Memakai AI harus dihitung untung-ruginya, sama seperti membeli mesin baru atau membuka cabang.

PESAN UTAMA

Hitung semua biaya, termasuk waktu memeriksa dan pekerjaan yang diulang. Jangan menganggap semua kenaikan penjualan pasti karena AI.

Rumus ROI: untung dibanding biaya

ROI (*Return on Investment*) gampangnya adalah: dari setiap rupiah yang dikeluarkan, berapa yang kembali? Rumusnya seperti ini. Agar adil, tentukan sejak awal periode hitungnya, biaya apa saja yang dihitung, dan keadaan awalnya.

RETURN ON INVESTMENT (ROI)

$$\text{ROI} = \frac{\text{Laba kotor tambahan + Penghematan yang terbukti - Biaya AI}}{\text{Biaya AI}}$$

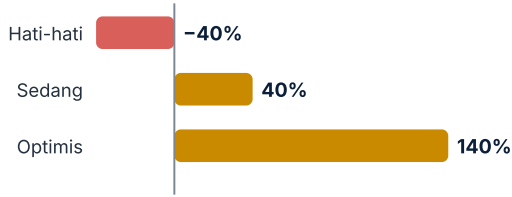
Manfaat AI datang dari dua arah. Pertama, **hemat tenaga**: waktu atau biaya per pekerjaan turun, sehingga satu orang bisa mengerjakan lebih banyak. Kedua, **tambah penjualan**: percobaan lebih cepat, balasan lebih sigap, pelayanan lebih pas, sehingga lebih banyak orang membeli dan kembali. Keduanya baru berarti setelah dikurangi semua biaya tambahan.

Contoh hitungan (ilustrasi)

Misalnya sebuah usaha kriya membuat 40 keterangan produk per bulan. Tanpa AI, satu keterangan butuh 30 menit, jadi totalnya 20 jam. Dengan AI dan pemeriksaan manusia, butuh 12 menit, jadi totalnya 8 jam. Kalau satu jam kerja dihargai Rp25.000, hematnya Rp300.000 per bulan. Biaya langganan dan pemasangan dianggap Rp500.000 per bulan.

Tabel 12.1. Simulasi ROI per bulan. Semua angka adalah contoh, bukan data usaha nyata.

Skenario	Laba kotor tambahan	Hemat	Biaya	ROI
Hati-hati	Rp0	Rp300 rb	Rp500 rb	−40%
Sedang	Rp400 rb	Rp300 rb	Rp500 rb	40%
Optimis	Rp900 rb	Rp300 rb	Rp500 rb	140%



Gambar 12.1. ROI pada tiga skenario contoh. Pada skenario hati-hati, modal belum kembali.

Pelajarannya sederhana: hemat waktu saja belum tentu menutup biaya. Pemakaian AI baru layak diperluas kalau ada manfaat tambahan yang terbukti, misalnya produk dengan keterangan baru lebih banyak dibeli.

Gampangnya begini

Seperti membeli blender seharga Rp500 ribu untuk usaha jus. Kalau blender itu hanya menghemat sedikit tenaga tetapi penjualan jus tidak bertambah, modalnya lama kembali. Kalau jus jadi lebih cepat disajikan dan pembeli bertambah, barulah blender itu menguntungkan.

Langkah menghitung manfaat bersih

1. Catat keadaan awal sebelum percobaan dimulai.
2. Jalankan percobaan kecil, dan siapkan pembanding (kelompok lain atau periode sebelumnya).
3. Hitung manfaat setelah semua biaya dikurangkan.

4. Pisahkan manfaat berupa uang, manfaat berupa waktu, dan manfaat jangka panjang yang belum bisa dihitung dengan uang.
5. Gunakan tiga skenario: hati-hati, sedang, dan optimis.

Yang perlu diwaspadai

Menganggap semua kenaikan penjualan karena AI. Periksa juga hal lain: musim ramai, diskon, perubahan harga, iklan, ketersediaan stok, dan keadaan pasar.

Cara mengukur kemajuan

- Biaya per produk dibanding sebelumnya.
- Sisa untung sebelum dan sesudah percobaan.
- Lama waktu sampai modal kembali.
- Selisih hasil antara kelompok yang mencoba dan pembandingnya.

BAB 13

Roadmap Transformasi dan Skala

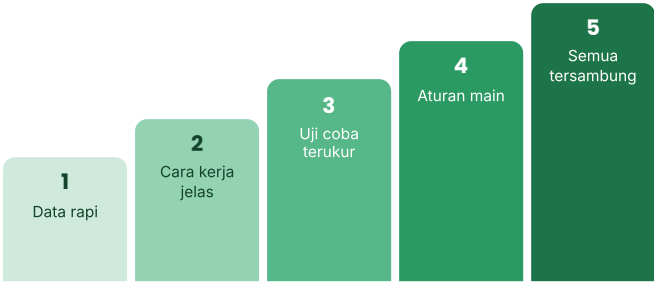
Perubahan yang berhasil dimulai dari masalah kecil yang bisa diukur, lalu tumbuh menjadi sistem yang tersambung.

PESAN UTAMA

Mulailah dari kebutuhan, bukan dari membeli aplikasi. Perluas hanya setelah manfaatnya terbukti dan risikonya terkendali.

Lima anak tangga

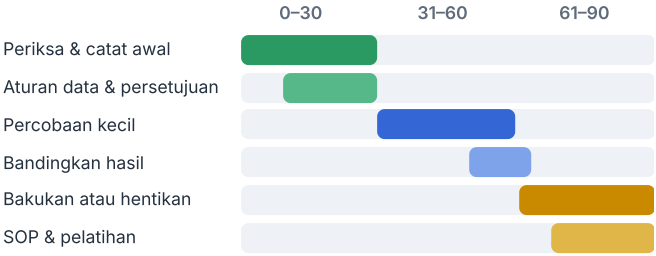
Kemampuan memakai AI dibangun seperti menaiki tangga. Setiap anak tangga menjadi pijakan untuk anak tangga berikutnya. Melompati anak tangga biasanya berakhir dengan mengulang dari awal.



Gambar 13.1. Lima anak tangga memakai AI di usaha kecil.

Rencana 30-60-90 hari

Tahap awal fokus merapikan data dan mencoba satu pekerjaan. Tahap berikutnya membakukan cara kerja dan melatih tim. Setelah manfaatnya terbukti, barulah beberapa bagian usaha disambungkan dan pemakaiannya diperluas dengan aturan yang jelas.



Gambar 13.2. Garis waktu rencana 90 hari (hari ke-).

Siapa memegang apa

Tabel 13.1. Peran minimal dalam mengatur pemakaian AI di usaha kecil.

Peran	Tugasnya
Pemilik proses	Memastikan pekerjaan berjalan sesuai SOP
Pemilik data	Menjaga data lengkap, aman, dan hanya dibuka bagi yang berhak
Pemeriksa	Memeriksa dan menyetujui hasil sebelum diterbitkan
Penanggung jawab masalah	Menangani kasus yang tidak bisa diselesaikan sistem

Yang perlu diwaspadai

Mempertahankan pemakaian AI yang tidak bermanfaat hanya karena sudah terlanjur keluar uang. Hentikan atau rancang ulang kalau tidak ada nilainya atau risikonya terlalu besar. Simpan catatan setiap keputusan agar bisa ditelusuri.

Cara mengukur kemajuan

- Anak tangga yang sudah dicapai setiap tiga bulan.
- Jumlah percobaan yang lolos penilaian.
- Untung bersih dari pemakaian AI yang berjalan.
- Jumlah masalah dan lama penyelesaiannya.

PERANGKAT KERJA

Toolkit Implementasi

Lima alat kerja yang bisa langsung dipakai dan disesuaikan dengan besar kecilnya usaha.

1. Rencana 30-60-90 hari

1 **Hari 0–30 · Pahami masalahnya**
Pilih satu pekerjaan yang sering dilakukan dan berpengaruh pada pembeli atau biaya. Catat langkahnya, datanya, penanggung jawabnya, lama kerjanya, kesalahannya, dan biayanya. Buat aturan data dan aturan persetujuan.

2 **Hari 31–60 · Lakukan percobaan**
Pilih alat yang sesuai kebutuhan dan kemampuan tim. Coba pada sebagian kecil pekerjaan. Bandingkan waktu, mutu, pekerjaan ulang, dan biaya dengan keadaan awal. Catat setiap kegagalan.

3 **Hari 61–90 · Bakukan atau hentikan**
Kalau manfaatnya terbukti dan risikonya terkendali, tulis SOP, latih tim, dan tetapkan penanggung jawab. Kalau tidak, rumuskan ulang masalahnya atau hentikan.

Menghentikan percobaan yang tidak bermanfaat bukan kegagalan. Itu tanda usaha dikelola dengan sehat.

2. Lembar memilih pekerjaan yang dibantu AI

Beri nilai 1–5 untuk setiap pilihan. Tambahkan dua penilaian pengaman: risiko dan kesiapan penanggung jawab. Pekerjaan yang manfaatnya besar tetapi berisiko bocor data atau membahayakan pembeli jangan langsung dipilih.

Tabel T.1. Kriteria memilih pekerjaan.

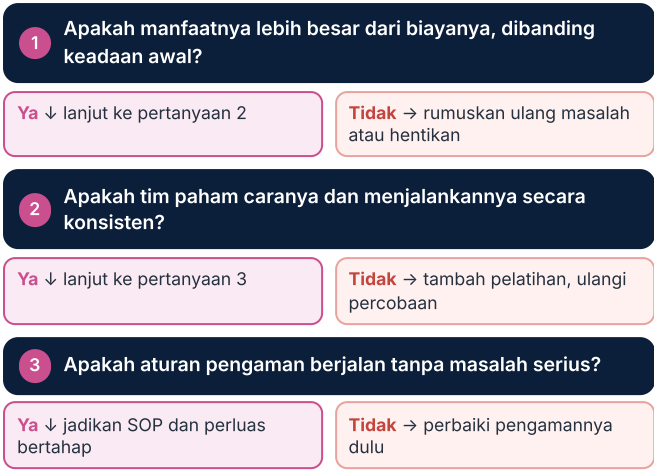
Kriteria	Pertanyaan
Sering	Berapa kali dikerjakan per minggu atau per bulan?
Repot	Berapa ruginya masalah ini sekarang?
Data	Apakah bahannya sah dan rapi?
Terukur	Apa ukuran sebelum dan sesudahnya?
Risiko	Apa akibatnya kalau hasilnya salah?
Kesiapan	Siapa yang akan menjaga pekerjaan ini?

Tabel T.2. Contoh pengisian (ilustrasi). *Aman: 5 = paling aman, 1 = paling berisiko.

Pilihan pekerjaan	Sering	Repot	Data	Ukur	Aman*	Total
Draf keterangan produk	5	4	5	5	4	23
Rangkuman ulasan	4	4	4	4	4	20
Jadwal konten	4	3	4	3	5	19
Ringkasan penjualan	4	4	3	4	3	18
Balas keluhan otomatis	5	5	3	4	1	18

Membalas keluhan secara otomatis tampak menarik karena sering dan merepotkan, tetapi nilai amannya paling rendah. Lebih baik mulai dari draf keterangan produk yang datanya rapi dan hasilnya mudah dicek.

3. Pohon keputusan akhir percobaan



Gambar T.1. Pertanyaan penentu di akhir percobaan.

4. Papan nilai kinerja

Papan nilai sebaiknya ringkas dan dibaca bersama tim. Sambungkan ukuran kegiatan, mutu, pembeli, dan keuangan. Setiap ukuran harus punya arti yang jelas, penanggung

jawab, jadwal pengecekan, dan sumber datanya. Kalau artinya diubah, catat tanggalnya agar tidak salah membaca tren.

Tabel T.3. Papan nilai lima bidang.

Bidang	Ukuran awal	Ukuran hasil
Proses	Lama kerja, kepatuhan SOP	Biaya per transaksi
Mutu	Kesalahan, pekerjaan ulang	Keluhan yang berulang
Pembeli	Kecepatan membalas	Yang membeli, yang kembali
Keuangan	Biaya per produk	Sisa untung
Pengaman	Hasil yang diperiksa	Jumlah masalah

Kalau hasilnya tidak berubah, periksa mutu data, cara kerja, pelatihan, kecocokan pekerjaan yang dipilih, dan faktor luar. Jangan buru-buru menyalahkan teknologinya.

5. Peta risiko dan pengaman

Tulis risiko yang mungkin terjadi, nilai seberapa sering dan seberapa besar akibatnya, lalu tentukan cara mencegah dan cara menanganinya.



Gambar T.2. Peta prioritas risiko.

Tabel T.4. Daftar risiko dan pengamannya.

Risiko	Contoh pengaman
Salah informasi	Diperiksa manusia, cek sebagian hasil, pakai sumber resmi
Tidak adil	Uji dengan contoh pembeli yang beragam
Data bocor	Data seperlunya, akses terbatas, layanan tepercaya
Hak cipta	Izin bahan, catat sumber, beri label konten
Tergantung satu penyedia	Simpan data utama sendiri, siapkan pilihan lain
Biaya tersembunyi	Pantau biaya langganan dan waktu memeriksa
Nama baik	Jalur ke manusia, tanggap cepat saat ada masalah

PENUTUP

Epilog: Bertindak Besar, Tetap Rendah Hati

Kita kembali ke Bu Sari, perajin tas anyaman di awal buku. Setelah katalognya rapi dan pesanan tercatat di satu tempat, ia mulai memakai AI untuk membuat draf keterangan produk dan merangkum pertanyaan pembeli. Waktu yang dulu habis untuk mengetik kini ia pakai untuk merancang motif baru.

Usahanya tetap kecil dan tetap personal. Bedanya, kini ia bergerak lebih cepat dan bisa melayani lebih banyak orang tanpa menurunkan mutu.

AI bukan pengganti kreativitas, kerja keras, atau kejujuran. AI adalah pengungkit. Dipasang di atas pondasi yang rapuh, ia mempercepat kerusakan. Dipasang di atas pondasi yang kuat, yaitu data yang rapi, cara kerja yang jelas, hitungan yang jujur, dan karakter yang terjaga, ia melipatgandakan kebaikan.

Menjadi tuan di negeri sendiri berarti kita yang memegang kendali atas teknologi, bukan sebaliknya. Semuanya bisa dimulai besok pagi, dengan satu masalah kecil dan satu percobaan yang terukur.

> **Manusia memimpin. AI memperkuat kemampuan. Karakter menjaga arah.**

RUJUKAN

Daftar Pustaka

Badan Pusat Statistik. (2025, 17 November). *BPS: Ekonomi kreatif serap tenaga kerja 27,4 juta tahun 2025*. Badan Pusat Statistik.

Calvino, F., Reijerink, J., & Samek, L. (2025, 20 Juni). The effects of generative AI on productivity, innovation and entrepreneurship. *OECD Artificial Intelligence Papers*, No. 39. OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/b21df222-en

Google, Temasek, & Bain & Company. (2025). *e-Conomy SEA 2025*.

Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2025, 16 Desember). *Ekraf Tanah Air semakin menjanjikan, BPS: Sektor ini menyerap 27,4 juta pekerja*.

Miao, F., Shiohira, K., & Lao, N. (2024). *AI competency framework for students*. UNESCO.

OECD. (2025). *AI adoption by small and medium-sized enterprises*. OECD Publishing.

OECD. (2025, 5 November). *Generative AI and the SME workforce: New survey evidence*. OECD Publishing.

World Economic Forum. (2025, 7 Januari). *The future of jobs report 2025*. World Economic Forum.

TENTANG PENULIS

Biodata Penulis



BIMA HERMASTHO

@hermastho

Entrepreneur · Professional · Academic · Senior Management & HR Consultant · Trainer

PhD TQM · LSS Master Black Belt · Dipl. Industrial Engineering · Dipl. in Law · DMA Psychology · Business HR–Life Coach · Management Data Scientist

Bima Hermastho adalah wirausahawan, profesional, akademisi, konsultan senior, trainer, dan praktisi manajemen dengan pengalaman luas di bidang Human Resources dan Human Capital, Manajemen Strategis, Lean Manufacturing, Six Sigma, Total Productive Maintenance (TPM), Performance Improvement, Quality Management, Kepemimpinan, Organizational Development, dan Transformasi Organisasi.

Ia adalah **Founder & CEO Freemind Management Consulting (FMC)**, yang berfokus pada peningkatan kinerja bisnis, keunggulan human capital, transformasi organisasi, inovasi, dan pengembangan manusia. Pengalaman profesionalnya mencakup peran sebagai HR Advisor & Senior Consultant, CEO & Senior Consul-

tant, Board Member & Commissioner, Director of Assessment & Certification, serta dosen tamu di salah satu dari tiga universitas terbaik Indonesia dan berbagai universitas lain di Indonesia.

Bidang keahliannya meliputi Manajemen Strategis, Manajemen Sumber Daya Manusia, Lean Six Sigma, Performance Improvement, TPM, Leadership & Organization Development, Project Management, Data Mining & Analytics, serta ISO dan Quality Management.

Bima telah menulis lebih dari 100 buku tentang Bisnis, Manajemen, Psikologi, Artificial Intelligence, Data Analytics, Teknik Industri, Lean Manufacturing, Six Sigma, TPM, Industrial Relations, Hukum, Agama & Spiritualitas, serta Refleksi Usia 50+.

Bima aktif di dunia akademik, konsultansi, riset, pelatihan, dan pengembangan profesional. Ia berpengalaman memimpin beragam proyek di bidang efektivitas organisasi, transformasi human capital, tata kelola, keunggulan kinerja, strategic human capital, dan digital human capital.

Di ruang publik, Bima aktif berbagi informasi dan edukasi tentang psikologi, TPM, manajemen SDM, Lean Six Sigma, peningkatan kinerja, dan transformasi organisasi. Melalui kanal TikTok **Bima HRMastho**, ia telah membangun komunitas dengan lebih dari 100.000 pengikut. Ia juga aktif menulis analisis tentang bisnis, manajemen, teknologi, AI, ketenagakerjaan, psikologi, transformasi organisasi, dan geopolitik dunia, antara lain melalui Kompasiana.

Email	hermastho@gmail.com
Telepon/WA	+62 812-2862-849
Media sosial	@hermastho / Bima HRMastho

FMC PRESS

AI Membuat Usaha Kecil Mampu Bertindak Besar



- Memahami Peluang
- Menguatkan Kapabilitas
- Membangun Karakter

Anda Akan Mendapatkan:



- Tren dan peluang ekonomi kreatif
- Diagnosis dan solusi nyata UMKM
- Langkah implementasi AI
- Penguatan kompetensi dan karakter
- Studi kasus dan rencana aksi aplikatif