

ABSTRAK

Perkembangan *Generative Artificial Intelligence (Generative AI)*, seperti ChatGPT dan Google Gemini, memberikan peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan efisiensi operasional, produktivitas, serta efektivitas pemasaran digital. Kabupaten Purbalingga sebagai salah satu sentra industri knalpot memiliki potensi untuk memanfaatkan teknologi tersebut dalam mendukung daya saing usaha. Namun, pemanfaatan *Generative AI* oleh pelaku usaha knalpot masih belum optimal karena sebagian pelaku usaha belum sepenuhnya merasakan manfaat, mengalami kesulitan dalam menggunakan teknologi tersebut, serta belum memiliki niat yang kuat untuk menggunakannya secara berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Usefulness (PU)* dan *Perceived Ease of Use (PEOU)* terhadap *Behavioral Intention (BI)* dalam penggunaan *Generative AI* pada pelaku usaha knalpot di Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 350 pelaku usaha knalpot di Kabupaten Purbalingga, dengan sampel sebanyak 78 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Perceived Usefulness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, *Perceived Ease of Use* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Behavioral Intention*, serta *Perceived Usefulness* dan *Perceived Ease of Use* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *Behavioral Intention* dalam penggunaan *Generative AI* pada pelaku usaha knalpot di Kabupaten Purbalingga. Penelitian ini diharapkan dapat mendorong niat pelaku usaha knalpot untuk mengadopsi teknologi tersebut secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pemerintah, lembaga pendamping UMKM, dan penyedia layanan *Generative AI* perlu meningkatkan program pelatihan dan dukasi agar pemanfaatan *Generative AI* pada sektor UMKM manufaktur dapat berlangsung secara optimal dan mampu meningkatkan daya saing usaha.

Kata kunci: *Behavioral Intention, Generative Artificial Intelligence, Pelaku Usaha Knalpot, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness.*

ABSTRACT

The development of Generative Artificial Intelligence (Generative AI), like ChatGPT and Google Gemini, offers opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to improve operational efficiency, productivity, and digital marketing effectiveness. Purbalingga Regency, as one of the exhaust industry centers, has the potential to leverage this technology to boost business competitiveness. However, the use of Generative AI by exhaust business owners is still not optimal because some business owners have not fully experienced the benefits, face difficulties in using the technology, and do not yet have a strong intention to use it sustainably. This study aims to analyze the influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Behavioral Intention in using Generative AI among exhaust business owners in Purbalingga Regency. This research uses a quantitative approach with a survey method. The research sample is 78 respondents selected using purposive sampling. The results showed that Perceived Usefulness has a positive and significant effect on Behavioral Intention, Perceived Ease of Use also has a positive and significant effect on Behavioral Intention, and both together have a significant effect on Behavioral Intention in using Generative AI among business owners in Purbalingga Regency. This study is expected to encourage business owners to adopt the technology sustainably. Therefore, the government, MSME support institutions, and Generative AI service providers need to improve training and advocacy programs so that the use of Generative AI in the manufacturing MSME sector can run optimally and boost business competitiveness.

Keywords: Behavioral Intention, Generative Artificial Intelligence, Exhaust Pipe Business Operators, Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness.