

**PENGARUH ARTIFICIAL INTELLIGENCE  
TERHADAP E BUSINESS DAN E COMMERCE**

**DIAN SUSIYANTO , NANINGSIH**

Program Pasca Sarjana Manajemen Universitas Muria Kudus

Correspondence			
Email:		No. Telp:	
Submitted 4 januari 2024	Accepted 10 januari 2024	Published 11 januari 2024	

**abstrak**

Selain itu, penting untuk diakui bahwa e-commerce bukan hanya tentang meningkatkan penjualan, tetapi juga tentang memperluas pangsa pasar. Dengan keberadaan online, bisnis memiliki akses potensial ke pasar global yang sebelumnya sulit dijangkau. Ini menciptakan peluang untuk pertumbuhan yang signifikan. Namun, untuk dapat bersaing secara efektif, pengembangan aplikasi e-commerce yang efisien dan inovatif menjadi suatu keharusan.

**Kata kunci : INTELLIGENCE TERHADAP E BUSINESS DAN E COMMERCE**

## 1. PENDAHULUAN

Peningkatan teknologi dan akses internet sudah mengubah pandangan bisnis secara luas, menciptakan perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek ekonomi. Fenomena ini berakar pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK), yang telah membuka pintu bagi inovasi dalam berbagai industri. Dalam konteks bisnis, pada saat ini telah terjadi digitalisasi industri e-commerce telah muncul sebagai kekuatan utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi digital. Peningkatan teknologi dan akses internet telah memberikan dampak yang signifikan pada dunia bisnis, mengubah lanskap bisnis secara drastis. Salah satu aspek yang paling terpengaruh oleh perubahan ini adalah industri e-commerce (Alifiatun Asyifah, 2023).

Pentingnya pengembangan aplikasi e-commerce yang inovatif dan efektif menjadi semakin jelas dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar global. Aplikasi e-commerce telah menjadi tulang punggung bagi banyak bisnis dalam menjalankan operasi mereka secara efisien (Kumar & Khatri, 2022). Ini membantu bisnis mencapai jangkauan global dengan lebih mudah, menghilangkan hambatan geografis, dan memberikan pelanggan pengalaman belanja yang lebih baik. Pada dasarnya, aplikasi e-commerce memberikan alat yang sangat diperlukan bagi bisnis untuk menghadapi tantangan di era digital ini.

Selain itu, penting untuk diakui bahwa e-commerce bukan hanya tentang meningkatkan penjualan, tetapi juga tentang memperluas pangsa pasar. Dengan keberadaan online, bisnis memiliki akses potensial ke pasar global yang sebelumnya sulit dijangkau. Ini menciptakan peluang untuk pertumbuhan yang signifikan. Namun, untuk dapat bersaing secara efektif, pengembangan aplikasi e-commerce yang efisien dan inovatif menjadi suatu keharusan.

Selain itu, aplikasi e-commerce juga berperan penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam dunia yang penuh dengan alternatif, memberikan pengalaman belanja yang nyaman dan efisien adalah kunci untuk mempertahankan pelanggan. Aplikasi e-commerce dapat membantu dalam memberikan layanan yang lebih baik, mengingat preferensi pelanggan, dan menciptakan interaksi yang lebih personal.

Aplikasi e-commerce bukan hanya alat untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga alat untuk memenangkan persaingan dalam pasar yang semakin sengit. Dalam era digital ini, bisnis yang dapat memanfaatkan aplikasi e-commerce secara efektif akan memiliki keunggulan yang signifikan dalam mencapai kesuksesan jangka panjang. Penggunaan *artificial intelligence* dan teknologi pembelajaran mesin dalam aplikasi e-commerce untuk memberikan pengalaman yang lebih personal dan terarah kepada pelanggan. Ini mencakup rekomendasi produk yang lebih cerdas berdasarkan perilaku pembelian sebelumnya dan analisis preferensi pelanggan secara real-time.

Dari beberapa penelitian yang telah di *review*, beberapa penelitian bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang pengembangan *artificial intelligence* terhadap aplikasi e-commerce sebagai sarana untuk meningkatkan penjualan online yang banyak melibatkan analisis pasar yang cermat, identifikasi preferensi pelanggan, serta pemahaman yang mendalam tentang tantangan dan peluang yang terkait dengan bisnis e-commerce.

## 2. METODOLOGI

Pada ringkasan ini, dari 5 artikel yang terpilih kebanyakan mengguakan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah pendekatan penelitian yang lebih fokus pada pemahaman mendalam tentang berbagai aspek dan konteks yang terlibat dalam suatu fenomena. Dalam konteks pengembangan aplikasi e-commerce untuk peningkatan penjualan online, metode kualitatif dapat membantu Anda memahami faktor-faktor sosial, perilaku konsumen, dan masalah-masalah yang mungkin tidak terlihat dalam data kuantitatif. Metode kualitatif akan membantu pemahaman mendalam tentang bagaimana pengembangan aplikasi e-commerce dapat berkontribusi pada peningkatan penjualan online dan memahami aspek-aspek kualitatif yang mungkin tidak terlihat dalam penelitian kuantitatif.

### 3. ANALISA dan PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian, (Alifiatun Asyifah, 2023) dapat disimpulkan bahwa pengembangan aplikasi e-commerce dapat memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan online. Kesimpulan ini memberikan wawasan berharga bagi perusahaan e-commerce yang ingin mengoptimalkan penggunaan aplikasi mereka untuk meningkatkan penjualan dan mempertahankan pelanggan.

Dari hasil penelitian (Anye Ramadhani, 2023) *Artificial Intelligence* memberikan dampak positif yang signifikan.

Hasil penelitian (Hanifa, 2023) Penerapan AI memberikan dampak positif yang signifikan bagi industri kreatif di Indonesia. AI telah memperkaya proses kreatif, meningkatkan efisiensi produksi, dan memperluas pasar. Dengan kebijakan yang tepat dan pemahaman mendalam akan potensi AI, Indonesia dapat terus mengembangkan industri kreatifnya agar lebih inovatif dan berdaya saing global.

Hasil penelitian (Aditya Nirwana, 2023) disimpulkan bahwa dengan berbagai alat AI, AI dapat digunakan untuk memahami audiens target, mempersonalisasi konten pemasaran agar relevan, membantu memahami perilaku dan preferensi konsumen berdasarkan data dan analisis, merumuskan konten pemasaran digital verbal dan visual, serta memantau dan mengevaluasi kinerja kampanye iklan secara efektif.

Hasil penelitian (Luo, 2022) *Artificial Intelligence* adalah ilmu interdisipliner yang melibatkan bidang seperti ilmu alam, ilmu sosial, dan bioteknologi. Perkembangan kecerdasan buatan sangat penting dalam bidang e-commerce. Desain pengambilan keputusan e-commerce yang cerdas bisa membuat metode penjualannya lebih nyaman

Dari 5 artikel yang sudah terkumpul dan terpilih maka didapatkan bahwa pengembangan aplikasi e-commerce merupakan salah satu pilar kunci dalam strategi perusahaan untuk menghadapi persaingan yang semakin sengit dalam ranah e-commerce. Hasil beberapa penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai motivasi di balik upaya pengembangan *artificial intelligence* terhadap aplikasi e-commerce serta dampaknya terhadap kepuasan dan retensi pelanggan.

Hal ini menegaskan bahwa perusahaan e-commerce mengakui bahwa pengguna yang puas akan cenderung menjadi pelanggan setia. Dengan kata lain, peningkatan kenyamanan dan pengalaman pengguna adalah alat strategis untuk memperpanjang hubungan bisnis dengan pelanggan, mengurangi tingkat churn, dan mendorong pembelian lebih sering. Pendekatan ini sejalan dengan literatur terkait yang secara konsisten menyoroti pentingnya pengalaman pengguna yang baik dalam e-commerce. Pengguna yang puas memiliki potensi untuk menjadi

pendukung *e-commerce* pada merek dan penggerak penjualan yang kuat. Mereka lebih cenderung merekomendasikan produk atau layanan kepada teman dan keluarga serta melakukan pembelian berulang. Oleh karena itu, pengembangan aplikasi *e-commerce* yang berfokus pada kenyamanan dan pengalaman pengguna adalah langkah strategis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

Hal ini menuntut perusahaan untuk memiliki komitmen yang kuat terhadap perbaikan berkelanjutan dan pengembangan teknologi. Dalam upaya mencapai tujuan pengembangan aplikasi *e-commerce* yang mengedepankan kenyamanan dan pengalaman pengguna, perusahaan harus siap untuk berinvestasi dalam sumber daya manusia, waktu, dan teknologi yang diperlukan. Tim pengembangan aplikasi harus terdiri dari individu yang ahli dalam desain antarmuka pengguna, pengembangan perangkat lunak, dan analisis data konsumen. Perusahaan juga harus memiliki mekanisme pemantauan yang kuat untuk mengukur kinerja aplikasi dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

#### 4. KESIMPULAN

Dalam kesimpulannya, hasil *review* ini memberikan dasar yang kuat untuk mendukung strategi pengembangan *artificial intelligence* terhadap aplikasi *e-commerce* yang mengutamakan kenyamanan dan pengalaman pengguna. Dengan memprioritaskan pengguna yang puas, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan dan meningkatkan retensi pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak positif pada pertumbuhan penjualan dan kesuksesan jangka panjang mereka di dunia *e-commerce* yang kompetitif.

#### 5. REFERENSI

Aditya Nirwana, S. M. (2023). Implementation of Artificial Intelligence in Digital Marketing Development: a Thematic Review and Practical Exploration. 2, 85-112.

Alifiatun Asyifah, A. S. (2023). PENGEMBANGAN APLIKASI E-COMMERCE UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN ONLINE. 1.

Anye Ramadhani, T. S. (2023, Agustus 04). Pemanfaatan Artificial Intelligence Pada Fitur PayLater Aplikasi Shopee Dalam Bidang E-Commerce Dikaitkan Dengan Data Pribadi Konsumen Berdasarkan Hukum Positif Indonesia. 03, 1538-1551. Retrieved 2023

Hanifa, A. S. (2023, Juli 7). PERAN AI TERHADAP KINERJA INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA.

Luo, N. (2022). Innovation of E-Commerce Development Model under the Background of Artificial Intelligence and Wireless Communication. *WILEY*. doi:<https://doi.org/10.1155/2022/8572911>

Putri Dwima Ernis, P. P. (2022, Desember). Dampak Teknologi Artificial Intelligence Pada Profesi Akuntansi. 2. Retrieved Desember 22 , 2022