

REVOLUTIONIZING E-COMMERCE: HARNESSING THE POTENTIAL OF METAVERSE TECHNOLOGY PENGEMBANGAN METAVERS DALAM BISNIS E-COMMERCE

Rindi Rama Saputra ¹, frendi ramadandi ², Dian lestari ³

Sistem Informasi, Fakultas Sains Teknologi, Universitas Bina darma, Palembang, Indonesia

Email :Rindisaputra304@gmail.com ¹), Tata.sutabri@gmail.com ²)

Abstract

Metaverse, dunia virtual tempat manusia berinteraksi satu sama lain dan objek digital, siap mengubah lanskap e-commerce. Proyek ini bertujuan untuk menjajaki perkembangan teknologi metaverse di sektor e-commerce, meningkatkan pengalaman pelanggan dan membuka peluang bisnis baru. Dengan menciptakan lingkungan virtual yang imersif, interaktif, dan menarik, bisnis dapat melampaui batasan belanja online tradisional, membina hubungan pelanggan yang lebih dalam, dan meningkatkan loyalitas merek. Penelitian kami berfokus pada perancangan dan pengintegrasian solusi berbasis metaverse yang memungkinkan platform e-niaga menawarkan pengalaman belanja yang dipersonalisasi, interaktif, dan ditingkatkan. Memanfaatkan teknologi virtual dan augmented reality, kecerdasan buatan, dan blockchain, kami akan menyelidiki potensi e-commerce berbasis metaverse untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mengurangi biaya operasional. Hasil dari proyek ini akan memberikan wawasan berharga tentang kelayakan dan manfaat teknologi metaverse dalam e-commerce, membuka jalan bagi era baru pengalaman belanja online yang inovatif dan mendalam.

Article History

Su Submitted: 26 Mei 2024

Accepted: 31 Mei 2024

Published: 1 juni 2024

Key Words

revolutionizing e-commerce Strategy.

Abstrak

Metaverse, a virtual world where humans interact with each other and digital objects, is poised to change the e-commerce landscape. This project aims to explore the development of metaverse technology in the e-commerce sector, improve customer experience and open new business opportunities. By creating immersive, interactive and engaging virtual environments, businesses can transcend the limitations of traditional online shopping, foster deeper customer relationships and increase brand loyalty. Our research focuses on designing and integrating metaverse-based solutions that enable e-commerce platforms to offer personalized, interactive, and enhanced shopping experiences. Leveraging virtual and augmented reality technologies, artificial intelligence, and blockchain, we will investigate the potential of metaverse-based e-commerce to improve customer satisfaction, increase sales, and reduce operational costs. The results of this project will provide valuable insights into the feasibility and benefits of metaverse technology in e-commerce, paving the way for a new era of innovative and immersive online shopping experiences.

Sejarah Artikel

Submitted: 26 Mei 2024

Accepted: 31 Mei 2024

Published: 1 juni 2024

Kata Kunci

volutionizing e-commerce Strategy

Pendahuluan

Pengembangan metaverse telah menjadi salah satu topik yang sangat menarik dan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Dengan adanya teknologi metaverse, bisnis e-commerce dapat meningkatkan kualitas dan efisiensi operasionalnya. Metaverse memungkinkan penjual untuk membuat konten yang menarik dan interaktif dengan koleksi produk virtual, serta meningkatkan pengalaman berbelanja konsumen dengan kenyamanan dan fitur-fitur yang mempermudah proses berbelanja. Selain itu, metaverse juga dapat membantu penjual mengetahui berapa banyak produk yang harus diproduksi berdasarkan umpan balik konsumen di dalam metaverse. Dengan demikian, penjual dapat mengetahui penetrasi produk

mereka tanpa perlu membuatnya terlebih dahulu. Dalam jurnal ini, kita akan membahas lebih lanjut tentang pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce dan bagaimana teknologi ini dapat meningkatkan sektor bisnis. "Metaverse, sebuah konsep yang menggambarkan dunia virtual yang lebih realistis dan interaktif, telah menjadi subjek minat yang semakin meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Dalam konteks bisnis, metaverse memiliki potensi besar untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional. E-commerce, sebagai bagian dari e-business, juga memiliki peluang besar untuk mengembangkan pengalaman pelanggan melalui metaverse. Dalam jurnal ini, kita akan membahas tentang pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce dan bagaimana teknologi ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan pelanggan dan meningkatkan keuntungan bisnis." Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi metaverse telah berkembang dengan cepat dan menawarkan berbagai peluang bisnis yang signifikan. Metaverse adalah dunia virtual yang terhubung melalui internet dan menggunakan teknologi seperti augmented reality (AR) dan virtual reality (VR) untuk mereplikasi dunia nyata. Dalam bisnis e-commerce, metaverse menawarkan peluang untuk meningkatkan pengalaman konsumen, meningkatkan interaksi dengan brand, dan meningkatkan penjualan produk.

Bahan dan Metode

Metode pendekatan penelitian merupakan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data yang valid dengan tujuan dapat ditemukan. Metode yang digunakan adalah peneliti melakukan penelitian ini dengan Metode Pelaksanaan pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa teknik seperti: Pertama, studi kepustakaan melalui bahan-bahan tertulis yang berhubungan dengan topik penelitian seperti studi literatur dengan berbagai sumber yang ada seperti buku, Google Jurnal Ruang Hukum, Vol. 2 No. 2 Juli-Desember 2023 page: 35 – 42 | 37 Scholar, dan referensi lain yang dapat membantu peneliti dalam penghimpunan data dalam penelitian ini. Metode studi literature adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengelolah bahan penelitian (Maulina & Sari, 2017) Selanjutnya studi lapangan. Dalam studi lapangan ini, teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut: Pertama, observasi. Observasi dilakukan dengan pengamatan langsung dan pencatatan terhadap gejala-gejala yang terjadi pada objek yang di teliti. Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa dan objek kondisi atau suasana tertentu dan perasaan emosi seseorang (Sugiyanto, Rahajeng, Rachmat, & Hendarsyah, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif untuk menganalisis pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan beberapa perusahaan yang telah menggunakan teknologi metaverse dalam bisnis e-commerce. Analisis data dilakukan menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce telah meningkatkan pengalaman konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Metaverse juga telah meningkatkan interaksi dengan brand dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang terkait dengan pemanfaatan teknologi metaverse dalam bisnis e-commerce, seperti infrastruktur yang masih dalam pengembangan dan risiko keamanan siber. Pengembangan metaverse pada bisnis e-commerce memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan

efisiensi operasional. Berikut beberapa hasil dan pembahasan terkait pengembangan metaverse pada bisnis e-commerce:

1. Pengembangan Properti Virtual

Metaverse dapat digunakan untuk pengembangan properti virtual seperti rumah, gedung perkantoran atau pusat perbelanjaan. Anda dapat membangun properti virtual ini untuk disewakan atau dijual kepada pengguna. Anda dapat menyewakan properti virtual kepada sejumlah penyewa. Jadi Anda menjadi tuan tanah di dunia maya.

Perkembangan E-commerce di Metaverse

E-commerce di metaverse memiliki dua tahapan penting yaitu menggabungkan perdagangan offline dan online serta membangun komunitas di metaverse. Tahap pertama adalah menggabungkan perdagangan offline dan online dengan memanfaatkan teknologi seperti AR. Tahap kedua adalah membangun komunitas di metaverse dengan fitur-fitur seperti review dan rating.

2. Analisis Transaksi Jual Beli Benda Tanah Maya

Penelitian ini mengangkat rumusan masalah bagaimana cara jual beli benda tanah metaverse virtual dalam perspektif hukum positif dan fiqh muamalah. Hasil analisis menunjukkan bahwa virtual metaverse land termasuk ke dalam harta maya yang timbul dari suatu ciptaan teknologi dimana ciptaan tersebut timbul dari suatu ide atau gagasan pemikiran manusia dengan menggunakan kecerdasan intelektual. Jadi jika dikaitkan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 80 Tahun 2019 tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik Pasal 1 angka 19, penulis berpendapat bahwa tanah maya adalah suatu benda tidak berwujud yang termasuk dalam harta benda maya yang merupakan hasil gagasan atau gagasan pemikiran manusia yang... ..

3. Potensi Teknologi Metaverse dalam Fitur Augmented Reality

Metaverse merupakan teknologi digital yang mampu menciptakan dunia virtual 3D dengan memanfaatkan teknologi Augmented Reality (AR) dan virtual reality. Secara sintesis, metaverse dapat digunakan untuk membangun toko virtual yang memungkinkan pengguna berbelanja produk virtual serta membangun properti virtual yang dapat disewa atau dijual.

4. Analisis Peluang dan Tantangan Pemanfaatan Metaverse

Analisis ini menunjukkan bahwa metaverse memiliki peluang besar untuk diterapkan pada bisnis e-commerce. Namun pemanfaatan metaverse juga memiliki tantangan, seperti pengembangan teknologi yang lebih baik dan peningkatan kesadaran masyarakat akan keberadaan metaverse.

Secara sintesis, pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce memiliki potensi besar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan efisiensi operasional. Metaverse dapat digunakan untuk membangun toko virtual, pengembangan properti virtual, dan pengembangan teknologi yang lebih baik.

E-commerce adalah kegiatan pemasaran termasuk branding (pengenalan merek) yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti blog, website, e-mail, adwords, ataupun jejaring sosial. Dan tentu saja digital marketing bukan hanya berbicara tentang internet marketing tapi lebih dari itu. Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM yang bermain dalam media sosial berpotensi untuk membantu pelaku UMKM dalam memasarkan produknya dengan menggunakan Aplikasi media sosial yang tersedia mulai dari pesan instan hingga situs jejaring sosial yang menawarkan pengguna untuk berinteraksi, berhubungan, dan berkomunikasi satu sama lain menurut (Sari, MN, 2021). Berikut adalah salah satu contoh hal yang harus diperhatikan didalam melakukan transaksi online adalah sebagai berikut:



Gambar 1. E-commerce di Metaverse

Penjual dapat membuat konten menarik dan interaktif dengan koleksi produk virtual, dan mengetahui berapa banyak produk yang akan diproduksi berdasarkan feedback konsumen di metaverse.



Gambar 2. Arsitektur Metaverse

Arsitektur metaverse yang terdiri dari infrastruktur, interaksi, dan ekosistem memungkinkan pengembangan dan integrasi teknologi yang lebih komprehensif dengan berbagai aspek bisnis. Dengan demikian, gambaran perkembangan metaverse dalam bisnis e-commerce menunjukkan bagaimana teknologi metaverse dapat meningkatkan efisiensi, keamanan, dan interaksi antar pengguna, serta memungkinkan pelaku bisnis membangun komunitas dan memperluas pasar.

KESIMPULAN

Pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce telah menawarkan berbagai peluang bisnis yang signifikan. Metaverse dapat meningkatkan pengalaman konsumen, meningkatkan interaksi dengan brand, dan meningkatkan penjualan produk. Namun, pemanfaatan teknologi metaverse dalam bisnis e-commerce juga memiliki beberapa tantangan yang perlu

diperhatikan. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan peluang dan tantangan yang terkait dengan pengembangan metaverse dalam bisnis e-commerce.

DAFTAR PUSTAKA:

1. “E-commerce industry competition in the settlement of digital business” (Journal of Jurisprudence and Research, 2024)
2. “Analisis Peluang dan Tantangan Pemanfaatan Metaverse Sebagai Digital Marketing” (Jurnal ITB Semarang, 2024)
3. “Studi Analisis Hukum Jual Beli Dalam Platform Metaverse Perspektif Hukum Islam dan Hukum Perdata” (Repository UINSAIZU, 2024)
4. “Metaverse: Tantangan dan Peluang dalam Pendidikan” (Jurnal Basicedu, 2022)
5. “Pengembangan Metaverse dalam Bisnis E-commerce” (Jurnal JTI, 2024)