

Journal of Comprehensive Science
p-ISSN: 2962-4738 e-ISSN: 2962-4584
Vol. 2 No. 7 Juli 2023

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGUNAKAN TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELEGENCE

Febby Fidiyanti, Asep Rifky Subagja, Rakean Pridharma Wachyu,
Harries Madiistriyatno

Universitas Paramadina Jakarta, STIMA IMMI Jakarta

Email: febby.fidiyanti@students.paramadina.ac.id,

asep.subagja@students.paramadina.ac.id, rakean.wachyu@students.paramadina.ac.id,
harries.madi@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan Artificial Intelligence saat ini mulai diimplementasikan pada berbagai sektor bisnis, hal ini karena dapat mengubah cara organisasi mengelola bisnis, meningkatkan efisiensi, dan memberikan keunggulan kompetitif. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangann bisnis menggunakan bantuan teknologi Artificial Intelligence. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan yang diperoleh melalui Google Scholar. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi penggunaan bisnis menggunakan Artificial Intelligence memberikan beragam manfaat, beberapa strategi yang telah diidentifikasi meliputi analisis data yang canggih, personalisasi pengalaman pelanggan, peningkatan efisiensi operasional, pengembangan produk atau layanan inovatif, dan peningkatan keputusan bisnis berdasarkan prediksi dan analisis yang lebih baik.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan, Bisnis, Artificial Intelligence.

Abstract

The rapid development of Artificial Intelligence is currently being implemented in various business sectors, this is because it can change the way organizations manage business, increase efficiency, and provide a competitive advantage. The purpose of this research is to find out the business development strategy using the help of Artificial Intelligence technology. This research uses qualitative research methods, while data collection techniques are carried out by literature studies obtained through Google Scholar. The data that has been collected is then analyzed using three stages, namely data reduction, data presentation and conclusion drawing. The results show that business use strategies using Artificial Intelligence provide a variety of benefits, some of the strategies that have been identified include sophisticated data analysis, personalization of customer experience, improved operational efficiency, development of innovative products or services, and improved business decisions based on better prediction and analysis.

Keywords: Strategy, Development, Business, Artificial Intelligence.

PENDAHULUAN

Di era yang semakin maju ini, perkembangan bisnis di Indonesia mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Berdasarkan adanya daya saing yang terus meningkat serta perkembangan teknologi dan informasi saat ini menuntut semua pelaku bisnis untuk dapat menyesuaikan pelayanan dan kebutuhan penggunanya. Perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat merubah banyak aspek kehidupan termasuk pada aspek bisnis (Fatimah & Saidah, 2021), salah satu buah dari perkembangan teknologi adalah Artificial Intelligence (AI).

Artificial Intelligence adalah kecerdasan yang ditambahkan kepada suatu system yang bisa diatur dalam konteks ilmiah (Siahaan et al, 2020). AI mulai ada sejak muncul komputer modern, yakni pada 1940 dan 1950. Kemampuan mesin elektronika baru menyimpan sejumlah besar info, memproses dengan kecepatan sangat tinggi menandingi kemampuan manusia (Baihaqi, 2022).

Kecerdasan buatan yang muncul pada era 4.0 sudah mulai banyak digunakan dalam aspek bisnis di Indonesia (Siregar dkk, 2020). Kecerdasan buatan dapat membantu meringankan beban kerja manusia misalnya dalam membuat keputusan, mencari informasi secara lebih akurat atau membuat komputer lebih mudah digunakan dengan tampilan yang lebih mudah dipahami. Cara kerja kecerdasan buatan adalah menerima input, untuk kemudian diproses dan kemudian mengeluarkan output yang berupa keputusan (Gunawan & Manullang, 2020).

Pemanfaatan AI dalam beragam aspek bisnis ini memerlukan beragam strategi bisnis pula dalam pengembangannya. Strategi bisnis adalah serangkaian tindakan yang terintegrasi dan terkordinasi yang di jadikan landasan berpikir utama dalam pembuatan strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Febrianti et al, 2021). Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture (Djufri & Lukman, 2020).

Penelitian terdahulu dilakukan oleh (Ririh et al, 2020) meneliti implementasi Artificial Intelligence di Indonesia pada berbagai sektor, namun penelitian ini terbatas pada implementasinya saja tidak diuraikan bagaimana strateginya. Penelitian lain juga dilakukan oleh (Ardiansyah et al, 2021) meneliti perancangan artificial intelligence pada business process management, yang juga terbatas pada konteks perancangannya saja. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Saidah, 2021) yang meneliti model industri bisnis namun difokuskan pada era AI, bukan penggunaan model bisnis menggunakan bantuan AI. Sehingga, belum adanya penelitian yang secara khusus meneliti strategi pengembangan bisnis menggunakan bantuan teknologi Artificial Intelligence menjadi kebaruan dalam penelitian ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis menggunakan bantuan teknologi Artificial Intelligence.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2018) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan di analisis yang bersifat kualitatif lebih menekankan pada makna. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi kepustakaan yang diperoleh melalui Google Scholar. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan tiga tahapan yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemanfaatan Teknologi dalam Pengembangan Bisnis

Kelajuan dunia Internet memungkinkan adanya berbagai teknologi yang membantu dalam hal publikasi informasi yang beragam dalam bentuk elektronik, tidak hanya dalam cara yang efektif dan ramah terhadap pengguna (user friendly), tetapi juga dengan jalan menawarkan mekanisme untuk menyediakan basis data terpusat dan sistem navigasi umum yang dapat digunakan oleh siapapun dengan cara yang tidak terlalu sulit. Dalam bisnis, hal ini di aplikasikan dalam pemasaran, penjualan dan pelayanan pelanggan, dan pemasaran di internet cenderung menembus berbagai rintangan, batas bangsa, dan tanpa aturan-aturan yang baku yang berlaku seperti pada pemasaran secara konvensional (Rehatalanit, 2016).

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) mencakup dua aspek, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi, meliputi segala hal berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Teknologi komunikasi merupakan segala hal yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Karena itu, teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah suatu padanan yang tidak terpisahkan yang mengandung pengertian luas tentang segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, dan transfer/ pemindahan informasi antar media (Aziz, 2012).

Teknologi telah menjadi faktor penting dalam pengembangan bisnis. Teknologi berkontribusi dalam membantu meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan daya saing dalam bisnis. Perusahaan dapat memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan mempercepat proses bisnis, seperti pengolahan data, analisis, dan manajemen bisnis. Selain itu juga teknologi dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan (Anggaraeni & Maulani, 2023). Berdasarkan pemanfaatan teknologi dalam pengembangan bisnis perlunya perencanaan strategis terlebih dahulu agar perusahaan dalam pelaksanaan dapat merealisasikan tujuan bisnisnya. Berikut beberapa manfaat perencanaan strategis sistem informasi dan teknologi menurut Sari (2018), yakni:

1. Manajemen yang efektif untuk aset perusahaan yang dianggap penting.
2. Meningkatkan hubungan dan komunikasi dalam organisasi bisnis dan teknologi.
3. Menyelaraskan tujuan dan prioritas teknologi dan bisnis.
4. Identifikasi peluang pemanfaatan teknologi untuk competitive advantage dan untuk menambah value bisnis.
5. Membuat perencanaan alur proses dan aliran informasi .
6. Mengalokasikan sumber daya secara efektif dan efisien .
7. Mengurangi usaha dan biaya yang dibutuhkan.

Adapun menurut Wardhana (2021) mengenai pengaruh dan peranan teknologi informasi terhadap perkembangan bisnis di era digital di antaranya adalah:

1. Teknologi informasi yang dapat memudahkan penyebaran informasi mampu mengembangkan bisnis di era digital ke berbagai wilayah di dunia. Seperti ecommerce yang digunakan oleh banyak perusahaan di era digital.
2. Banyaknya tenaga ahli dalam bidang teknologi informasi juga membantu menumbuhkan bisnis di era digital. Dengan banyaknya tenaga ahli dalam bidang teknologi informasi, bisnis daring banyak mengalami perbaikan sistem seperti jaminan kerahasiaan identitas konsumen.
3. Bisnis di era digital banyak digemari karena fleksibilitasnya. Seseorang tidak harus berada di tokonya untuk menunggu pelanggan, namun dengan komputer dan konektivitasnya sudah dapat menjual produknya ke seluruh negara. Pembeli

pun tidak harus keluar rumah untuk membeli keperluannya, karena dengan hanya membeli secara daring dan barang pembeliannya bisa diantar langsung ke rumahnya.

Jenis-jenis Teknologi dalam Pengembangan Bisnis

Jenis-jenis teknologi yang digunakan dalam bisnis (Müller, 2019) yaitu:

1. *Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan telah menjadi salah satu kemajuan terbesar di bidang teknologi yang mengubah pola bisnis baik perusahaan kecil hingga perusahaan besar. AI menjadi teknologi yang membantu bisnis menjadi lebih gesit, inovatif, dan berkelas. Perusahaan yang menerapkan AI akan memiliki kemampuan untuk mensintesis informasi, meningkatkan kapasitas belajar pada masalah bisnis, dan meningkatkan kemampuan dalam memberikan wawasan dalam skala besar.
2. *Machine Learning* (ML) merupakan aplikasi kecerdasan buatan yang membuat mesin dapat belajar dan meningkatkan secara otomatis dari pengalaman, tanpa perlu memprogramnya secara eksplisit. ML merupakan pendekatan dalam AI yang banyak digunakan untuk menggantikan atau menirukan perilaku manusia untuk menyelesaikan masalah atau melakukan otomatisasi. ML berfokus pada pengembangan program komputer yang dapat mengakses data dan kemudian menggunakan data tersebut untuk belajar (Hania, 2017).
3. *Cloud Computing* merupakan pengiriman layanan komputasi melalui internet yang meliputi server, storage, database, intelijen, jaringan, perangkat lunak, dan analitik. Cloud computing juga diartikan sebagai paradigma baru yang berkinerja tinggi system komputasinya dapat diakses dengan mudah oleh para pengguna dan dapat dikonfigurasi secara khusus. Selain itu, cloud computing juga dapat dikatakan sebagai media yang dinamis, jasa layanan berbasis on-demand, mempunyai platform dan media penyimpanan, pengelolaannya menggunakan daya komputasi yang handal, virtualisasi serta terukur (Riana, 2020).
4. *Mobile Application* atau aplikasi seluler dalam smartphone dapat meningkatkan permintaan konsumen karena semuanya bergeser ke platform digital baik itu belanja (e-shopping), pendidikan (e-learning), perbankan (e-banking), dan lain sebagainya. Perusahaan mengetahui bahwa konsumen memiliki pilihan dalam mencari produk dan layanan serta hal lainnya yang terlintas dalam pikiran mereka kapan pun dan di mana pun mereka membutuhkan atau menginginkannya. Mobile apps memungkinkan untuk melakukan mobilitas dengan menggunakan perlengkapan seperti PDA, telepon seluler atau handphone (Munthe dkk, 2018).
5. *Augmented Reality* (AR) dan *Virtual Reality* (VR) merupakan teknologi yang sangat berguna dalam banyak hal untuk bisnis. Augmented Reality (AR) adalah teknologi yang bekerja pada algoritma pengenalan berbasis visi komputer untuk menambah suara, video, grafik, dan input berbasis sensor lainnya pada objek dunia nyata dengan menggunakan perangkat kamera untuk melakukannya (Sulistianingsih & Kustono, 2022).
6. 3D printing merupakan teknologi manufaktur yang dioperasikan secara digital di mana objek fisik dicetak melalui printer 3D berdasarkan spesifikasi model 3D digital. 3D Printing merupakan salah satu terobosan bidang manufaktur khususnya teknik additive manufacturing, yang proses menjadikan dalam file

digital menjadi suatu objek padat 3 dimensi berdasarkan susunan lapisan (layer) bahan (Nugraha & Kosasih, 2021).

7. *Digital Assistant* merupakan program komputer canggih yang meniru interaksi dengan orang yang menggunakannya umumnya melalui internet melalui teknologi seperti Robotics Process Automation (RPA), chatbot, dan voice assistants. Digital assistant akan membantu organisasi masa depan dalam memenuhi tuntutan produktivitas, aksesibilitas, kualitas, dan juga meningkatkan waktu respons bagi pelanggan maupun karyawan.
8. *Blockchain* merupakan database transaksional di mana setiap pihak yang terlibat umumnya memiliki akses ke informasi yang sama terkait transaksi. Teknologi Blockchain pada umumnya digunakan untuk melakukan pencatatan transaksi mata uang digital currency seperti bitcoin, akan tetapi Blockchain juga dapat digunakan untuk pencatatan apapun sesuai dengan kebutuhan. Blockchain membangun kepercayaan di antara pihak-pihak dalam jaringan yang akan berkomunikasi (Wijaya dkk, 2020).

Peran Artificial Intelligence dalam Pengembangan Bisnis

Strategi bisnis mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi pasar, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau joint venture (Wahyuningsih, 2019). Pada pengembangan bisnis, AI dapat digunakan untuk menganalisis data, mengidentifikasi pola dan tren, membuat prediksi, dan memberikan rekomendasi yang cerdas. Kemampuan AI untuk dapat mengetahui, menganalisis, bahkan memutuskan pilihan sendiri menjadi salah satu alasan digunakannya teknologi tersebut. Sebelum AI dapat melakukan analisis dan pengambilan keputusan, terdapat pemasukan data, fakta, dan informasi terlebih dahulu ke dalam suatu sistem AI. Data dan informasi tersebut membuat AI dapat bekerja layaknya seperti kecerdasan manusia (Ghazmi, 2021).

Strategi pengembangan bisnis yang menggunakan teknologi AI melibatkan pemanfaatan kemampuan AI untuk mengoptimalkan operasional, meningkatkan efisiensi, dan menciptakan nilai tambahan bagi perusahaan. Artificial Intelligence memberikan keuntungan yang signifikan dalam pengembangan bisnis. Adapun strategi pengembangan bisnis dengan memanfaatkan teknologi AI, yakni:

1. Analisis data lebih mendalam
Sama seperti asisten virtual yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dalam bisnis tentunya ketika menggunakan kecerdasan buatan, maka komunikasi manusia akan terjalin dengan mesin yang sudah dikontrol. Tentunya, secara garis besar tingkat kerugian akan berkurang dan keakuratan data yang didapat bisa dipastikan keakuratannya.
2. Otomatisasi proses bisnis
Bisnis dapat mengotomatisasi berbagai proses bisnis yang berulang, seperti pengolahan pesanan, manajemen inventaris, analisis data, dan tugas-tugas administratif. Dengan mengurangi intervensi manusia dalam tugas-tugas rutin, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi biaya, dan membebaskan sumber daya manusia untuk fokus pada tugas-tugas yang lebih strategis.
3. Personalisasi dan Pengalaman Pelanggan yang Lebih Baik
Pemanfaatan AI memungkinkan perusahaan dapat mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan untuk memahami preferensi, kebutuhan, dan perilaku mereka dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang lebih personal, layanan yang disesuaikan, dan rekomendasi yang relevan.

4. **Prediksi tren**
Pemanfaatan AI memungkinkan mesin dapat menganalisis gambar, memahami ucapan, berinteraksi dengan cara alami, dan membuat prediksi menggunakan data. Ketepatan ramalan berkadar terus dengan jumlah data yang dimasukkan ke dalam sistem.
5. **Chatbot dan layanan pelanggan otomatis**
Chatbot adalah sebuah perangkat lunak yang dapat melakukan interaksi dengan manusia melalui pertukaran pesan teks atau suara. Fungsi utama dari chatbot adalah sebagai perangkat yang dapat membantu pengguna dengan menjawab pertanyaan atau membantu menyelesaikan masalah yang mungkin mereka hadapi melalui interaksi teks atau suara. Selain itu, chatbot juga bisa digunakan untuk memberikan informasi, menyediakan layanan, atau melakukan transaksi secara otomatis. Tujuan utama chatbot adalah membantu pengguna dengan cara yang sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pengembang chatbot tersebut. Chatbot sering digunakan sebagai layanan pelanggan (customer service) untuk membantu menjawab pertanyaan pelanggan secara cepat dan efisien. Asisten virtual chatbot dilengkapi kecerdasan buatan AI yang mampu merespons otomatis setiap interaksi pelanggan, sehingga meningkatkan pelayanan dan penjualan bisnis (Kamal, 2022).
6. **Penyempurnaan proses pengambilan keputusan**
Teknologi AI dapat memproses data dalam jumlah besar dan menghasilkan wawasan yang lebih baik dalam pengambilan keputusan bisnis. Hal ini dapat membantu organisasi dalam membuat keputusan yang lebih cerdas dan efektif (Sia, 2023).

KESIMPULAN

Penggunaan teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam strategi pengembangan bisnis menawarkan beragam manfaat yang signifikan, salah satu strategi yang telah diidentifikasi adalah melakukan analisis data yang canggih. Pemanfaat teknologi AI memungkinkan perusahaan dapat menganalisis dan memproses data secara mendalam, mengidentifikasi pola, tren, dan wawasan yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih tepat. Selain itu, AI memungkinkan personalisasi pengalaman pelanggan dengan memanfaatkan data pelanggan dan algoritma AI, perusahaan dapat menyesuaikan produk, layanan, dan komunikasi dengan preferensi dan kebutuhan individu pelanggan, meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selanjutnya, AI dapat meningkatkan efisiensi operasional dengan otomatisasi proses bisnis yang kompleks, mengoptimalkan produksi, pengadaan, dan pengiriman, serta mengurangi biaya dan risiko kesalahan. AI juga berperan penting dalam pengembangan produk atau layanan inovatif dengan mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi dan menghasilkan solusi yang unik. Terakhir, AI memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan keputusan bisnis berdasarkan prediksi dan analisis yang lebih baik dengan memanfaatkan kemampuan AI dalam meramalkan tren pasar, menganalisis risiko, dan memberikan wawasan mendalam, perusahaan dapat mengambil keputusan yang lebih cerdas, mengurangi risiko kerugian, dan mencapai keunggulan kompetitif.

BIBLIOGRAFI

- Anggraeni, R., & Maulani, I. (2023). Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Perkembangan Bisnis Modern. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*. 3(2), 94-98.
- Ardiansyah, A., Fardana, F. F., & Yaqin, M. A. (2021). Analisis dan Perancangan Artificial Intelligence Pada Business Process Management. *ILKOMNIKA: Journal of Computer Science and Applied Informatics*, 3(1), 69-82.
- Aziz, A. (2012). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengembangan Bisnis Pos. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*. 10(1), 35-50.
- Baihaiqi, M. R. (2022). *Tinjauan Yuridis Penerapan Smart Contract Di Indonesia Sebagai Bentuk Perkembangan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung).
- Djufri, W., & Lukman, S. (2020). Strategi Pengembangan Workshop PT Semen Padang (Pendekatan Analisis SWOT dan Model Bisnis Kanvas). *Menara Ilmu*, 14(2).
- Fatihah, D., dan Saidah, I. (2021). Model Promosi Marketplace Berbasis Artificial Intelligence (AI) Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*. 8(3), 806-817.
- Febrianti, D., Rahmadani, L., Ramadhani, S., Hidayah, S. A. L., & Sari, D. P. P. (2021). Analisis Strategi Bisnis Roti Pada Nadhira Napoleon Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3593-3599.
- Gunawan, M. D., & Manullang, R. R. (2020). Sistem Pakar Penyakit Tanaman Kopi (Coffea Sp) Metode Forward Chaining Berbasis Web. *Buletin Poltanesa*, 21(1), 26-31.
- Hania, A. (2017). Mengenal Artificial Intelligence, Machine Learning, Neural Network, dan Deep Learning. *Researchgate*. 1-5.
- Kamal, K. (2022). Chatbot: Panduan Untuk Pemula dan Pemilik Bisnis di Indonesia. *Botika*.
- Kosasih, D., Nugraha, H., dan Saefullah, W. (2021). Perancangan Mesin 3D Printing Model Cartesian. *Jurnal Teknik Mesin – ITI*. 5(1), 29-36.
- Müller, J M. (2019). Antecedents to Digital Platform Usage in Industry 4.0 by Established Manufacturers. *Sustainability*, 11(4), 3-24.
- Munthe, R., Brata, K, dan Fanani, L. (2018). Analisis User Experience Aplikasi Mobile Facebook (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2(7), 2679-2688.
- Rehatalanit, Y. (2016). Peran E-Commerce dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*. 5, 62-69.
- Riana, E. (2020). Implementasi Cloud Computing Technology dan Dampaknya Terhadap Kelangsungan Bisnis Perusahaan Dengan Menggunakan Metode Agile dan Studi Literatur. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*. 7(3), 439-449.
- Ririh, K. R., Laili, N., Wicaksono, A., & Tsurayya, S. (2020). Studi Komparasi Dan Analisis Swot Pada Implementasi Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence) Di Indonesia. *Jurnal Teknik Industri*, 15(2), 122-133.
- Sari, P. P. (2018). Pemanfaatan Teknologi Digital sebagai Percepatan Berusaha Oleh Ekonomi Kreatif. *Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika*. 7(3), 135-144.
- Siregar, H., Setiawan, W., & Dirgantari, P. (2020). Isu Proses Bisnis Berbasis Artificial Intelligence Untuk Menyosong Era Industri 4.0. *Jurnal Bisnis STRATEGI*. 29(2), 89-100.

- Saidah, I. (2021). Model Industri Bisnis Media Massa Pada Era Perkembangan Artificial Intelligence (AI) di Indonesia:-. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 44-59.
- Sia, V. (2023). Penerapan Artificial Intelligence (AI) dalam Dunia Bisnis. *Mekari Jurnal*.
- Siahaan, M., Jasa, C. H., Anderson, K., Rosiana, M. V., Lim, S., & Yudianto, W. (2020). Penerapan Artificial Intelligence (AI) Terhadap Seorang Penyandang Disabilitas Tunanetra. *Journal of Information System and Technology (JOINT)*, 1(2), 186-193.
- Sugiyono. (2018). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuningsih, W., Husnah, H., Rahmatu, R. D., Rahmatu, R. D., & Niluh Putu Evvy Rosanty, N. P. E. R. (2019). MANAJEMEN STRATEGI" Implementasi Konsep Resources Base View (RBV) pada UMKM".
- Wardhana, A. (2020). Kewirausahaan: Perkembangan Dunia Bisnis di Era Digital. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wardhana, A. (2022). Pengantar Bisnis: Pemanfaatan Teknologi dalam Bisnis. andung: CV. Media Sains Indonesia.
- Wijaya, I., Haryatmi, E., & Kurniawan, A. (2020). Implementasi Teknologi Blockchain pada Sistem Presensi Staff VM LePKom Berbasis Web. *InfoTekJar : Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan*. 5(1), 162-169.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.