

# 5172-17311-1-SM (1).docx

*by* Reword.ID@2024 Reword.ID@2024

---

**Submission date:** 07-Nov-2024 10:19AM (UTC+0100)

**Submission ID:** 2511408391

**File name:** 5172-17311-1-SM\_1\_.docx (9.2M)

**Word count:** 4521

**Character count:** 30245

## Optimalisasi Bisnis Melalui Artificial Intelligence dengan Analisis Peluang, Tantangan dan Dampak Di Berbagai Sektor Menggunakan Systematic Literature Review

**Ahmad Wildan Razaqi<sup>1</sup>, Nalendra Pradipta Loka<sup>2</sup>, Muhammad Alfian Handi Yudha<sup>3</sup>**  
1,2,3) Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received: dd, month, yyyy  
Revised: dd, month, yyyy  
Accepted: dd, month, yyyy

### ABSTRACT

#### Abstrak

Perkembangan pesat Kecerdasan Buatan (AI) membawa perubahan signifikan dalam dunia bisnis, terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional dan inovasi. Namun, adopsi teknologi ini tidak terlepas dari tantangan teknis, ekonomi, dan etika yang kompleks. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang, manfaat, serta hambatan implementasi AI di berbagai sektor bisnis dengan pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Menggunakan sumber-sumber terindeks dari tahun 2019 hingga 2023, penelitian ini menyaring 30 artikel untuk memberikan wawasan komprehensif tentang dampak teknologi AI di sektor bisnis. Temuan utama menunjukkan adopsi AI telah berkembang pesat di negara maju, meskipun terdapat kendala dalam hal biaya implementasi, infrastruktur teknologi, serta isu privasi data. Studi ini juga memberikan rekomendasi untuk penelitian lanjutan dan praktik bisnis di era digital.

**Kata Kunci:** Kecerdasan Buatan, Efisiensi Operasional, Tinjauan Literatur Sistematis, Inovasi Bisnis, Tantangan Teknis dan Etika

*The rapid development of Artificial Intelligence (AI) has brought significant changes to the business world, particularly in enhancing operational efficiency and driving innovation. However, the adoption of this technology faces complex technical, economic, and ethical challenges. This study aims to identify the opportunities, benefits, and obstacles associated with AI implementation across various business sectors using a Systematic Literature Review (SLR) approach. Drawing on indexed sources from 2019 to 2023, this research synthesizes 30 articles to provide a comprehensive understanding of AI's impact in the business sector. Key findings indicate that AI adoption has advanced rapidly in developed countries, despite facing constraints related to implementation costs, technological infrastructure, and data privacy concerns. This study also offers recommendations for future research and business practices in the digital era.*

**Keywords:** Artificial Intelligence, Operational Efficiency, Systematic Literature Review, Business Innovation, Technical and Ethical Challenges

**1**

Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 (CC-BY-NC-SA).



#### Corresponding Author:

E-mail : awildan083@gmail.com, +62 821 4203 1915

## 1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi telah mengubah secara fundamental cara kita bekerja, berkomunikasi, dan menjalankan bisnis (Anggraeni & Maulani, 2023). Salah satu inovasi teknologi yang memiliki dampak signifikan di dunia bisnis adalah Artificial Intelligence (AI) atau kecerdasan buatan. Seiring kita memasuki era baru ini, teknologi AI akan memungkinkan komputer untuk terlibat secara aktif dalam pengambilan keputusan manusia dan bahkan dapat memungkinkan komputer untuk membuat keputusan yang tepat tanpa keterlibatan manusia (Paschen et al., 2020). Adopsi AI mengarahkan dunia bisnis ke arah yang lebih cerdas dan inovatif (Soni et al., 2019). Di sektor pemasaran, misalnya, AI mendukung personalisasi yang lebih baik serta meningkatkan efisiensi kampanye pemasaran (Sektör et al., 2020). Kemajuan AI sangat didorong oleh perkembangan teknologi Big Data dan Machine Learning, yang memungkinkan analisis data besar untuk memahami pola historis dan membuat prediksi masa depan (Alghafiqi Burhanuddin, 2022). Saat ini, AI telah menjadi elemen penting dalam kehidupan modern (Suyitno et al., 2023) dan menghadirkan inovasi disruptif yang mengubah aturan kompetisi di seluruh dunia (Reim et al., 2020).

Dalam bisnis, AI memungkinkan otomatisasi tugas-tugas kompleks, analisis data yang lebih akurat, serta penciptaan pengalaman pelanggan yang lebih personal dan responsive (Li et al., 2021). AI juga mulai mengotomatisasi proses produksi dan distribusi konten dalam industri media (Safira, 2024). Selain itu, AI telah digunakan di berbagai sektor, mulai dari keuangan, pemasaran, hingga manufaktur, dengan potensi meningkatkan efisiensi, menurunkan biaya operasional, dan membuka peluang inovasi baru (Han et al., 2021).

Transformasi digital secara keseluruhan memberikan pengaruh ekonomi yang signifikan, menciptakan paradigma dan pendekatan baru dalam pembangunan ekonomi (Marpaung et al., 2023). Namun, transformasi ini juga menghadirkan tantangan, seperti dalam digitalisasi industri produksi, di mana masih ada gesekan antara mesin dan manusia (Jeske et al., 2021). Demikian pula, AI tidak hanya memiliki potensi besar untuk memberikan manfaat, tetapi juga bisa menimbulkan dampak negatif, terutama dalam situasi yang tidak terduga (Ghazmi Shabrina, 2021).

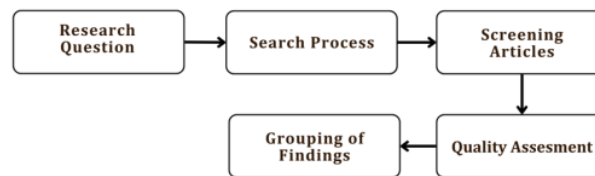
Penerapan transformasi digital seperti AI dalam dunia bisnis bukan tanpa tantangan (Arman & Lamiya, 2023). Faktor-faktor seperti biaya implementasi yang tinggi, kebutuhan akan infrastruktur teknologi yang kurang memadai, serta kekurangan tenaga ahli sering kali menjadi penghambat utama (Pongtambing Yulita et al., 2023). Kompleksitas algoritma AI yang belum optimal juga dapat menghambat efisiensi operasional (Rana et al., 2022). Selain itu, ada kekhawatiran tentang dampak AI terhadap tenaga kerja manusia, keamanan data, serta aspek regulasi yang belum sepenuhnya matang. Untuk memanfaatkan potensi penuh AI, perusahaan perlu

memahami faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi AI, dampaknya terhadap kinerja bisnis, serta hambatan dan solusi yang mungkin muncul selama proses implementasi. Penelitian mengenai AI terus berkembang, dengan fokus pada peningkatan efisiensi dan inovasi. (Ruiz-Real et al., 2021)

Dari latar belakang di atas, penelitian ini akan mengidentifikasi peluang, tantangan, dan dampak penerapan kecerdasan buatan (AI) di sektor bisnis melalui pendekatan Systematic Literature Review (SLR). Dengan mengkaji berbagai sumber dari tahun 2019 hingga 2023, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mendalam mengenai bagaimana AI dapat meningkatkan efisiensi dan inovasi dalam bisnis, serta memahami kendala-kendala yang mungkin dihadapi. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan untuk memaksimalkan potensi AI guna mendukung pertumbuhan dan daya saing di era digital.

## 2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian yang diterapkan adalah Systematic Literature Review, yaitu metode yang melibatkan peninjauan literatur untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan menginterpretasikan semua pengamatan terkait topik penelitian guna memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya (Irmansyah et al., 2023). Tahapan penelitian ini mencakup proses sistematis dan terstruktur untuk menjamin validitas dan relevansi hasil yang diperoleh.



Gambar 1. Metode

### 1. Pertanyaan Penelitian (Research Questions)

Penelitian ini dirancang untuk menjawab tiga pertanyaan utama terkait peran dan implementasi kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis.

- RQ1: Faktor-faktor apa yang mendorong atau menghambat adopsi kecerdasan buatan (AI) dalam berbagai sektor industri?
- RQ2: Bagaimana kecerdasan buatan (AI) mempengaruhi efisiensi, inovasi, dan keunggulan kompetitif perusahaan di berbagai sektor industri?
- RQ3: Apa saja tantangan teknis, ekonomi, dan etika yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengintegrasikan kecerdasan buatan (AI) ke dalam proses bisnis mereka?

## 2. Proses Pencarian Literatur (Search Process)

Proses pencarian literatur dalam penelitian ini dilakukan secara sistematis menggunakan Google Scholar sebagai basis data utama. Untuk memastikan literatur yang digunakan tetap relevan dengan perkembangan terbaru, filter tahun publikasi diterapkan pada rentang 2019 hingga 2023.

Setelah penyaringan berdasarkan tahun, penelusuran dilanjutkan dengan menyesuaikan kebutuhan indeksasi. Strategi pencarian literatur diterapkan meliputi penggunaan sumber indeksasi relevan untuk memastikan kelayakan dan ketepatan literatur yang terpilih.

- a) Pencarian Artikel SINTA : Untuk menemukan artikel yang terindeks SINTA, kata kunci yang digunakan adalah "Implementasi AI Bisnis".
- b) Pencarian Artikel Scopus : Untuk menemukan artikel yang terindeks Scopus, strategi pencarian dilakukan dengan menggunakan kata kunci "AI Business Scopus. Jaringan Scopus adalah basis data abstrak dan sitasi yang terkenal, yang dikembangkan oleh Elsevier pada tahun 2004 (Kumar et al., 2022).
- c) Pencarian Artikel Web of Science: Untuk artikel yang terindeks di Web of Science (WoS), saya menggunakan kata kunci "AI Business Web of Science"

Langkah-langkah di atas memastikan bahwa penelitian ini tidak hanya mencakup perspektif lokal tetapi juga memberikan pandangan internasional mengenai penerapan AI dalam bisnis.

## 3. Penyaringan Artikel (Screening Articles)

Setelah pencarian literatur, artikel diseleksi berdasarkan abstrak dan kesimpulan untuk memastikan kesesuaian dengan topik. Kriteria pemilihan mencakup pembahasan adopsi AI, dampaknya pada kinerja perusahaan, dan hambatan implementasi. Dari hasil pencarian, 30 artikel relevan dipilih untuk analisis lebih lanjut.

## 4. Penilaian Kualitas (Quality Assessment)

Artikel yang terpilih untuk analisis dalam penelitian ini akan dinilai berdasarkan tiga kriteria utama.

- a) QA1. Akreditasi atau Indeksasi : Apakah artikel diterbitkan di jurnal yang terindeks SINTA untuk publikasi lokal, atau terindeks di Scopus, Web of Science (WoS) yang diakui secara luas?
- b) QA2. Relevansi Pembahasan : Apakah artikel membahas penerapan kecerdasan buatan (AI) secara spesifik dalam konteks bisnis, dan apakah pembahasan tersebut relevan dengan pertanyaan penelitian yang diajukan?
- c) QA3. Kualitas Bukti dan Data : Apakah artikel menyajikan bukti empiris atau data yang mendukung, seperti studi kasus, survei, atau eksperimen, untuk menunjukkan dampak penerapan AI terhadap kinerja bisnis?

Hanya artikel yang memenuhi ketiga kriteria ini yang akan dimasukkan dalam analisis akhir penelitian untuk memastikan kualitas, kredibilitas, dan relevansi temuan yang dihasilkan.

#### 5. Pengelompokan Temuan (Grouping of Findings)

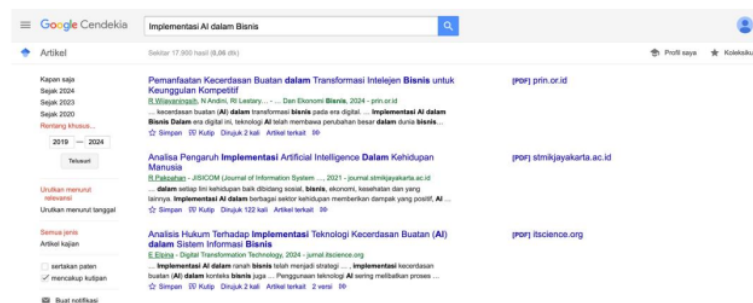
Artikel-artikel yang lolos penilaian kualitas akan dikelompokkan berdasarkan sektor industri, seperti keuangan, manufaktur, perdagangan, dan lainnya. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai bagaimana AI diadopsi dan dimanfaatkan di berbagai industri.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan utama dari analisis literatur mengenai adopsi kecerdasan buatan (AI) dalam berbagai sektor industri. Pembahasan difokuskan pada sektor-sektor yang memimpin dalam implementasi AI, faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi, serta tantangan yang dihadapi perusahaan dalam mengintegrasikan teknologi ini ke dalam operasional mereka. Temuan-temuan ini diharapkan dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai peran AI dalam meningkatkan efisiensi dan inovasi bisnis, serta mengidentifikasi kendala yang perlu diatasi dalam penerapannya.

#### 1. Proses Pencarian dan Penyaringan Artikel (Search Process dan Screening Articles)

Pada tahap hasil dan pembahasan, penelitian ini mengidentifikasi tren adopsi AI di berbagai sektor industri melalui proses pencarian dan penyaringan artikel terkait penerapan kecerdasan buatan (AI) dalam bisnis. Google Scholar digunakan sebagai platform utama pencarian literatur, yang dibatasi pada rentang tahun 2019 hingga 2024 untuk memastikan relevansi terkini. Proses ini menghasilkan 17.900 artikel terkait "Implementasi AI dalam Bisnis." Dari jumlah tersebut, dipilih 10 artikel paling relevan melalui evaluasi abstrak dan kesimpulan, fokus pada faktor adopsi AI, dampaknya terhadap kinerja bisnis, dan tantangan implementasi.



Gambar 2. Hasil pencarian "implementasi bisnis dalam ai"

**Artikel**

Kapan saja  
Sapa Sapa  
Sapa Sapa  
Sapa Sapa  
**Rentang Rintang...**

2019 — 2024

**Telusur**

Uraian resensi  
resensi

Uraian resensi  
telusur

Sema jala  
Artikel kapan

☐ sertakan plotin  
☒ mencakup kutipan

(Buat artikel)

---

**AI Business Scopus**

Sektor 41, 100 item (8,89 -0%)

**Artificial intelligence in business: State of the art and future research agenda**  
[EMC Louwens, J.Guariento, L.Cassardip - Journal of business research, 2021 - Elsevier](#)  
 — off-articel research on **Artificial intelligence in the business context** and proposes an agenda of Science and **Scopus**. This article presents the evolution of research on AI in business over...  
 20 Simpan 35 Kutip Ciriikan 470 kali Artikel terbit 6 wani

**Artificial intelligence and business models in the sustainable development goals perspective: A systematic literature review**  
[A.S.O. Ikin, B.Pantelis, H.Hassini, G.Ekiciir - Journal of Business, 2023 - Elsevier](#)  
 can be done with AI. However, how AI can be effectively... **Artificial intelligence (AI)** in creating sustainable business models (SBMs). The main motivation is to conceptualize the role of AI...  
 20 Simpan 35 Kutip Ciriikan 91 kali Artikel terbit 0 wani

**Artificial Intelligence in business and economics research: Trends and future**  
[J.A.Bellak, J.L.Miller, D.A.Tedesco - Journal of Business, 2021 - Iternet.org](#)  
 of the use of **Artificial intelligence** by economic entities is... **Artificial intelligence in business**.  
 of the era, a bibliometric analysis has been implemented using the Web of Science and **Scopus**...  
 20 Simpan 35 Kutip Ciriikan 102 kali Artikel terbit 0 wani

**Leveraging artificial intelligence in business: Implications, applications and**  
[researchgate.net](#)

*Gambar 3. Hasil pencarian “AI business scopus”*

**Google Scholar**

### Implementasi bisnis dalam AI

About 16,000 results (B.I.R unit)

Articles

Any time  
Since 2024  
Since 2023  
Since 2020  
Custom range...

2019 — 2024

Search

Sort by relevance  
Sort by date

Any type  
Review articles

- ☒ Include patents
- ☒ Include citations
- ☐ Exclude alert

**Tip:** Search for English results only. You can specify your search language in Scholar Settings.

**Analisa Pengaruh Implementasi Artificial Intelligence Dalam Kehidupan Manusia**  
M.Pasabadi – JISCOM (Journal of Information System) – 2021 – journal.stmikjayaarta.ac.id  
**dalam** upaya ini kehidupan baru dibangun untuk bangsa, alamun, kesatuan dan yang lainnya. **Implementasi AI dalam** berbagai sektor kehidupan memberikan dampak yang positif. AI...  
★ Save ★ Cite ★ Cited by 3 Related articles 39

[PJR] stmikjayaarta.ac.id

**Implementasi dan Pengembangan E-Bisnis Era Revolusi Industri 4.0**  
Rifatadila S.Selamudin, R.Mulya – Nissima Stars id – 2022 – nissimastars.id  
...manufaktur dengan support Artificial Intelligence (AI). Aplikasi ... bagaimana implementasi e-bisnis dalam masyarakat ... e-bisnis dan implementasinya, serta memiliki kompetensi ...  
★ Save ★ Cite ★ Cited by 19 Related articles 41 4 reviews 39

[PJR] rats.ac.id

**Analisis Implementasi Artificial Intelligence Untuk Bisnis: Systematic Literature Review**  
M.Mansuri, CS Wijaya, I.Wibisono – Devolve: Journal of – 2023 – jurnal.devolvejournal.com  
...yang telah dipublikasi pada jurnal dalam suatu bidang yang tertentu ... dalam penelitian ini menggunakan pendekatan berbasis penemuan AI dapat memberikan dampak positif bagi bangsa ...  
★ Save ★ Cite ★ Cited by 3 Related articles 39

[PJR] widyatama.ac.id

**Implementasi artificial intelligence dalam sistem informasi akuntansi dan manajemen**  
Hik Munzir, Ni Supri, Ni Fadiahah, ... – Akuntansi & Bisnis dan ... 2023 – jurnal.widyatama.ac.id

*Gambar 4. Hasil pencarian “AI business Web of Science”*

## 2. Pengelompokan dan Klasifikasi Artikel Berdasarkan Quality Assessment

Penelitian ini menerapkan proses penilaian kualitas (quality assessment) dengan tujuan menyaring dan mengidentifikasi artikel yang relevan, kredibel, dan memiliki kontribusi signifikan terhadap topik penerapan Artificial Intelligence (AI) dalam

bisnis. Setiap artikel yang masuk dalam kajian ini telah dinilai berdasarkan tiga kriteria utama.

- a) **Akreditasi atau Indeksasi** : Kriteria ini menilai apakah artikel telah dipublikasikan di jurnal yang memiliki akreditasi atau terindeks dalam platform bereputasi seperti SINTA (untuk publikasi lokal), Scopus dan Web of Science (WoS).
- b) **Relevansi Pembahasan** : Penilaian ini memastikan bahwa setiap artikel berfokus pada penerapan AI dalam konteks bisnis, termasuk perannya dalam berbagai sektor seperti media, pemasaran, keuangan, dan perdagangan.
- c) **Kualitas Bukti dan Data** : Kriteria terakhir menilai keberadaan bukti empiris dalam artikel, seperti studi kasus, eksperimen, atau survei yang menunjukkan dampak AI pada operasional dan strategi bisnis. Artikel yang hanya berisi analisis teoritis tanpa dukungan data empiris dinilai lebih rendah.

Setiap artikel yang ditemukan akan dievaluasi dan diberikan penilaian berdasarkan kriteria kualitas.

- **Y**: Jika artikel memenuhi syarat quality assessment.
- **N**: Jika artikel tidak memenuhi syarat quality assessment.

Berdasarkan kriteria penilaian kualitas, dilakukan evaluasi terhadap 30 artikel yang telah diidentifikasi dari hasil literatur, dengan hasil pada Tabel 1.

*Tabel 1. Quality assessment*

| No | Judul                                                                                                                     | Tahun | QA  |     |     |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----|-----|-----|
|    |                                                                                                                           |       | QA1 | QA2 | QA3 |
| 1  | Model Industri Bisnis Media Massa pada Era Perkembangan AI di Indonesia                                                   | 2021  | Y   | Y   | Y   |
| 2  | Dampak Teknologi AI Terhadap Tenaga Kerja Dalam Bidang Akuntansi Manajemen                                                | 2019  | N   | Y   | Y   |
| 3  | The Influence of Artificial Intelligence in the Media Industry in Indonesia                                               | 2024  | N   | Y   | Y   |
| 4  | Revolutionizing Television Media: The Role of Artificial Intelligence                                                     | 2024  | N   | Y   | Y   |
| 5  | Business Models in the Industry 4.0 Environment—Results of Web of Science Bibliometric Analysis                           | 2022  | N   | Y   | Y   |
| 6  | Artificial Intelligence for International Business: Its Use, Challenges, and Suggestions for Future Research and Practice | 2024  | Y   | Y   | Y   |
| 7  | The Place and Future of Artificial Intelligence in Marketing Strategies                                                   | 2020  | N   | Y   | Y   |
| 8  | Development of Digitalization in Production Industry – Impact on Productivity, Management and Human Work                  | 2021  | Y   | Y   | Y   |

|    |                                                                                                                                                      |      |   |   |   |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|
| 9  | AI-powered Digital Transformation: Tools, Benefits and Challenges for Marketers – Case Study of LPP                                                  | 2023 | Y | Y | Y |
| 10 | The impact of digital transformation on corporate financialization: The mediating effect of green technology innovation                              | 2023 | Y | Y | Y |
| 11 | Examining the Impact of AI-Assisted Social Media Marketing on the Performance of SMEs                                                                | 2020 | Y | Y | Y |
| 12 | The impact of artificial intelligence in marketing on the performance of business organizations: evidence from SMEs in an emerging economy           | 2023 | N | Y | Y |
| 13 | Understanding dark side of artificial intelligence (AI) integrated business analytics: assessing firm's operational inefficiency and competitiveness | 2021 | N | Y | Y |
| 14 | Peran dan Peluang Kecerdasan Buatan dalam Proses Bisnis UMKM                                                                                         | 2023 | N | Y | Y |
| 15 | Artificial Intelligence in Business and Economics Research: Trends and Future                                                                        | 2021 | Y | Y | Y |
| 16 | Artificial Intelligence in Business: State of the Art and Future Research Agenda                                                                     | 2020 | Y | Y | Y |
| 17 | Artificial Intelligence in Marketing: Systematic Review and Future Research Direction                                                                | 2021 | Y | Y | Y |
| 18 | Diklat Nasional Online Optimalisasi Artificial Intelligence (AI) dalam Pembelajaran IKM                                                              | 2023 | Y | N | N |
| 19 | Bibliometric Analysis on Internet of Things (IoT) and Tourism Industry                                                                               | 2022 | Y | Y | N |
| 20 | Impact of Artificial Intelligence on Businesses: from Research, Innovation, Market Deployment to Future Shifts in Business Models                    | 2022 | Y | Y | Y |
| 21 | Artificial Intelligence in Business-to-Business Marketing: A Bibliometric Analysis of Current Research Status, Development and Future Directions     | 2022 | Y | Y | N |
| 22 | Artificial Intelligence (AI) and Value Co-Creation in B2B Sales: Activities, Actors and Resources                                                    | 2021 | N | Y | Y |
| 23 | Value Co-Creation in Industrial AI: The Interactive Role of B2B Supplier, Customer, and Technology Provider                                          | 2021 | Y | Y | Y |
| 24 | Analisis Perkembangan Artificial Intelligence dalam Bidang Bisnis: Systematic Literature Review                                                      | 2023 | Y | Y | Y |

|    |                                                                                    |      |   |   |   |
|----|------------------------------------------------------------------------------------|------|---|---|---|
| 25 | Pengaruh Teknologi Informasi terhadap Perkembangan Bisnis Modern                   | 2023 | Y | Y | Y |
| 26 | Dampak Teknologi Artificial Intelligence pada Profesi Akuntansi                    | 2022 | N | Y | Y |
| 27 | ChatGPT, a Product of AI, and its Influences in the Business World                 | 2023 | N | Y | Y |
| 28 | Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi | 2023 | Y | Y | N |
| 29 | Urgensi Pengaturan Artificial Intelligence pada Sektor Bisnis Daring di Indonesia  | 2021 | Y | Y | N |
| 30 | Implementasi Kecerdasan Buatan (AI): Peta Jalan untuk Inovasi Model Bisnis         | 2020 | Y | Y | N |

Dari total 30 artikel yang dianalisis, hanya 13 artikel yang berhasil lolos proses quality assessment. Artikel yang lolos penilaian ini kemudian dikelompokkan berdasarkan sektor bisnis yang menjadi fokus pembahasan.

Tabel 2. Kualifikasi sektor bisnis

| Sektor                               | Jumlah |
|--------------------------------------|--------|
| Media                                | 1      |
| Bisnis Internasional                 | 1      |
| Industri Produksi                    | 1      |
| Pemasaran                            | 3      |
| Kuangan                              | 1      |
| Perdagangan                          | 1      |
| Umum ( membahas keseluruhan bisnis ) | 5      |

Tujuan dari pengelompokan ini adalah untuk menganalisis distribusi adopsi kecerdasan buatan (AI) di berbagai sektor bisnis. Dengan melihat jumlah sektor yang terlibat, kita dapat mengidentifikasi tren adopsi AI dan memahami perbedaan serta persamaan faktor-faktor yang mempengaruhi penerapan teknologi ini di setiap sektor.

Sektor media, bisnis internasional, industri produksi, dan keuangan menunjukkan angka satu yang mana menunjukkan adopsi yang terbatas, sementara sektor pemasaran dengan jumlah tiga menunjukkan pemanfaatan AI yang lebih signifikan. Hal ini terbukti dengan studi yang membahas penggunaan AI dalam pemasaran meningkatkan kinerja UMKM di negara berkembang, terutama dalam efisiensi operasional dan pengambilan keputusan (Abrokwah-Larbi & Awuku-Larbi, 2024). Sektor umum, yang meliputi berbagai aspek, seperti efisiensi operasional dan pengalaman pelanggan, dengan tantangan masa depan pada etika, teknis, ekonomi dan keseluruhan aspek bisnis, memiliki jumlah yang lebih tinggi dengan lima. Hal ini mencerminkan pentingnya AI dalam berbagai konteks bisnis (Tussyadia et al., 2020).

### 3. Hasil dan analisis dari question research

39 Tahapan ini menganalisis hasil dari 13 artikel terkait untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi kecerdasan buatan (AI) dalam berbagai sektor bisnis. Fokus utama adalah mengevaluasi dampak AI terhadap efisiensi operasional, inovasi, dan keunggulan kompetitif perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga membahas tantangan teknis, ekonomi, dan etika yang dihadapi dalam penerapan AI di dunia bisnis.

#### a) QR1 : Faktor-faktor apa yang mendorong atau menghambat adopsi kecerdasan buatan (AI) dalam berbagai sektor industri?

Faktor-faktor yang mendorong adopsi kecerdasan buatan (AI) di berbagai sektor industri meliputi peningkatan efisiensi operasional, kemampuan prediksi, serta pengambilan keputusan berbasis data. AI telah terbukti membantu perusahaan global dalam pengambilan keputusan yang lebih tepat serta ekspansi pasar yang lebih cepat (Menzies et al., 2024). Selain itu, AI memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan produktivitas, mengotomatisasi proses bisnis, serta membantu perusahaan merespons perubahan pasar dengan lebih efektif. Sebagai contoh, dalam industri media dan produksi, AI memungkinkan kolaborasi yang lebih baik antara manusia dan teknologi untuk meningkatkan fleksibilitas dan akurasi dalam proses produksi (Iis Saidah, 2021). Di Indonesia, AI juga terbukti mampu mengotomatisasi produksi konten dalam industri media, meningkatkan efisiensi serta akurasi hasil produksi (Masriadi & Bahri, 2024). Selain itu, dalam sektor pemasaran dan e-commerce, AI mendukung personalisasi layanan, otomatisasi pemrosesan pesanan, serta mempercepat pertumbuhan penjualan online (Andrzejak, 2023).

Namun demikian, adopsi AI juga menghadapi sejumlah hambatan. Tantangan utama termasuk tingginya biaya investasi, keterbatasan infrastruktur teknologi, serta kekurangan tenaga ahli yang mampu memahami dan mengimplementasikan AI dengan efektif (Sui & Yao, 2023). Selain itu, isu etika seperti privasi data serta kekhawatiran mengenai penggantian peran manusia oleh AI menjadi tantangan tambahan yang memperlambat adopsi teknologi ini di beberapa sektor industri (Basri, 2020).

#### b) QR2 : Bagaimana kecerdasan buatan (AI) mempengaruhi efisiensi, inovasi, dan keunggulan kompetitif perusahaan di berbagai sektor industri?

Kecerdasan buatan (AI) berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, inovasi, dan keunggulan kompetitif perusahaan di berbagai sektor bisnis. Dari sisi efisiensi, AI memungkinkan otomatisasi proses yang sebelumnya memerlukan banyak waktu dan tenaga manusia, mengurangi kesalahan, serta mempercepat pengambilan keputusan melalui analisis data yang cepat dan akurat. Selain itu, AI mendorong inovasi dengan membantu perusahaan menemukan peluang baru dalam pengembangan produk dan

layanan, termasuk personalisasi berdasarkan analisis perilaku pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas. Di tingkat strategis, AI memberikan keunggulan kompetitif dengan memungkinkan perusahaan merespons perubahan pasar secara cepat dan efektif, sekaligus mengoptimalkan sumber daya dan menekan biaya. Adopsi AI telah menjadi pilar utama dalam model bisnis era Industri 4.0, di mana digitalisasi dan otomatisasi menjadi kunci untuk mempertahankan daya saing (Grabowska & Saniuk, 2022). Integrasi AI juga mendukung strategi pemasaran yang lebih terukur dan canggih, memperkuat posisi perusahaan di pasar. AI berperan penting dalam meningkatkan personalisasi layanan dan memprediksi perilaku konsumen, sehingga memperkuat efektivitas strategi pemasaran. Secara keseluruhan (Verma et al., 2021). AI tidak hanya meningkatkan efisiensi dan inovasi, tetapi juga menjadi elemen kunci dalam menghadapi tantangan bisnis modern dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

**c) RQ 3 : Apa saja tantangan teknis, ekonomi, dan etika yang dihadapi oleh perusahaan dalam mengintegrasikan kecerdasan buatan (AI) ke dalam proses bisnis mereka?**

Perusahaan menghadapi berbagai tantangan dalam mengintegrasikan AI, meliputi aspek teknis, ekonomi, dan etika. Tantangan teknis mencakup keterbatasan infrastruktur, kualitas data yang rendah, dan kurangnya tenaga ahli. Dari sisi ekonomi, biaya implementasi dan pelatihan karyawan yang tinggi serta ketidakpastian hasil investasi (ROI) menjadi kendala utama. AI juga ternyata memiliki potensi besar dalam akuntansi, meskipun terdapat kekhawatiran mengenai dampaknya terhadap pekerjaan (Sely, 2019). Sementara itu, tantangan etika berkaitan dengan privasi data, potensi bias algoritma, dan dampak sosial berupa pengurangan tenaga kerja. Setiap sektor bisnis memiliki tantangan spesifik, seperti isu keamanan data dalam pemasaran dan otomatisasi proses di sektor produksi. Rincian lebih lanjut mengenai tantangan ini dapat ditemukan dalam Tabel 3.

*Tabel 3. Hasil analisis RQ 3*

| Sektor                      | Tantangan teknis                                                                                  | Tantangan ekonomi                                                                         | Tantangan etika                                                                                             |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Media</b>                | Keterbatasan infrastruktur teknologi untuk mendukung AI dalam pengeditan dan distribusi otomatis. | Biaya investasi awal yang tinggi untuk perangkat lunak dan pelatihan sumber daya manusia. | Kekhawatiran terkait akurasi dan objektivitas berita yang dihasilkan AI serta dampak terhadap tenaga kerja. |
| <b>Bisnis Internasional</b> | Keterbatasan standar regulasi internasional untuk penggunaan AI dan                               | Biaya tinggi untuk pelatihan pekerja dan pengembangan solusi AI.                          | Masalah privasi dan perlindungan data lintas negara, terutama dalam                                         |

|                                  |                                                                                                                          |                                                                                                                           |                                                                                                            |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                  | keterbatasan data spesifik industri.                                                                                     |                                                                                                                           | pengumpulan dan pemrosesan data.                                                                           |
| <b>Industri Produksi</b>         | Penyesuaian infrastruktur dan integrasi AI dengan sistem produksi serta penggunaan robot untuk manajemen rantai pasokan. | Investasi besar dalam teknologi baru untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas produk melalui otomatisasi.            | Penggantian peran manusia oleh otomatisasi, yang menyebabkan kekhawatiran terkait hilangnya pekerjaan.     |
| <b>Pemasaran</b>                 | Kualitas data yang buruk dan kompleksitas algoritma AI dalam analisis data besar dan otomatisasi pemasaran.              | Biaya tinggi untuk personalisasi dan pengelolaan kampanye pemasaran berbasis AI, dengan ROI yang tidak selalu jelas.      | Isu privasi data pelanggan yang diambil untuk kebutuhan personalisasi serta pengurangan interaksi manusia. |
| <b>Keuangan</b>                  | Kompleksitas integrasi AI dengan sistem keuangan yang ada, memerlukan perangkat keras khusus untuk pemrosesan data.      | Biaya implementasi yang tinggi untuk analitik keuangan dan teknologi inovasi hijau.                                       | Privasi dan keamanan data keuangan pribadi, serta dampak potensial pada keamanan informasi.                |
| <b>Perdagangan</b>               | Keterbatasan infrastruktur untuk mendukung otomatisasi AI dalam layanan pelanggan dan rantai pasokan.                    | Investasi besar diperlukan untuk mengadopsi AI dalam meningkatkan layanan pelanggan dan efisiensi rantai pasokan.         | Privasi data pelanggan dalam personalisasi layanan dan risiko pengurangan tenaga kerja akibat otomatisasi. |
| <b>Umum (bisnis keseluruhan)</b> | Kurangnya infrastruktur yang memadai dan standar untuk implementasi AI dalam berbagai sektor.                            | Biaya tinggi untuk perangkat keras, perangkat lunak, dan pelatihan tenaga kerja, terutama bagi perusahaan kecil menengah. | Privasi dan keamanan data, bias dalam algoritma AI, serta dampak sosial terkait pengurangan tenaga kerja.  |

Dari hasil Tabel 3, tantangan teknis, ekonomi, dan etika yang dihadapi oleh berbagai sektor dalam adopsi AI menunjukkan bahwa Perusahaan perlu lebih dari sekedar kesiapan teknologi. Diperlukan strategi yang matang untuk menghadapi biaya tinggi, keterbatasan infrastruktur, serta isu etika seperti privasi dan dampak sosial.

Dengan memahami tantangan ini, Perusahaan dapat merancang Solusi yang lebih tepat dalam memanfaatkan AI secara optimal dan bertanggung jawab di masa depan.

#### **4. SIMPULAN**

Artificial Intelligence (AI) terbukti memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi, dan memperkuat keunggulan kompetitif di berbagai sektor bisnis. Kemampuan AI dalam mempercepat pengambilan keputusan berbasis data dan otomatisasi proses membantu perusahaan beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan pasar, serta meningkatkan produktivitas. Namun, sejumlah tantangan teridentifikasi dalam penerapannya, seperti tingginya biaya, keterbatasan infrastruktur, dan kurangnya tenaga ahli yang memadai. Selain itu, tantangan etika seperti privasi data dan penggantian tenaga kerja manusia oleh AI memerlukan perhatian khusus. Dengan memahami faktor pendorong dan penghambat ini, perusahaan dapat merancang strategi yang optimal dan bertanggung jawab untuk memanfaatkan potensi AI secara berkelanjutan dalam lingkungan bisnis modern.

#### **PUSTAKA**

- 7** Abrokwah-Larbi, K., & Awuku-Larbi, Y. (2024). The impact of artificial intelligence in marketing on the performance of business organizations: evidence from SMEs in an emerging economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 16(4), 1090–1117. <https://doi.org/10.1108/JEEE-07-2022-0207>
- 60** Alghafiqi Burhanuddin. (2022). DAMPAK TEKNOLOGI ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA PROFESI AKUNTANSI. *JURNAL ILMIAH AKUTANSI DAN KEUANGAN*, 4, 2158–2174. <https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/865>
- 19** Andrzejak, E. G. (2023). Ai-powered digital transformation: Tools, benefits and challenges for marketers- case study of lpp. *Procedia Computer Science*, 219, 397–404. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.01.305>
- 30** Anggraeni, R., & Maulani, I. (2023). PENGARUH TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP PERKEMBANGAN BISNIS MODERN. *Jurnal Sosial dan Teknologi (SOSTECH)*, 3(2). <https://sostech.greenvest.co.id/index.php/sostech/article/view/635>
- 18** Arman, Md., & Lamiya, U. R. (2023). ChatGPT, a Product of AI, and its Influences in the Business World. *Talaa : Journal of Islamic Finance*, 3(1), 18–37. <https://doi.org/10.54045/talaa.v3i1.725>
- 3** Basri, W. (2020). Examining the impact of artificial intelligence (Ai)-assisted social media marketing on the performance of small and medium enterprises: Toward effective business management in the saudi arabian context. *International Journal of Computational Intelligence Systems*, 13(1), 142–152. <https://doi.org/10.2991/ijcis.d.200127.002>
- Ghazmi Shabrina. (2021). URGENSI PENGATURAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE PADA SEKTOR BISNIS DARING DI INDONESIA. *Jurnal Hukum Lex Generalis*, 2, 782–803. <https://www.neliti.com/publications/457849/the-urgency-of-regulating-artificial-intelligence-in-online-business-sector-in-i>

- Grabowska, S., & Saniuk, S. (2022). Business Models in the Industry 4.0 Environment—Results of Web of Science Bibliometric Analysis. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc8010019>
- Han, R., Lam, H., Zhan, Y., Wang, Y., Dwivedi, & Tan, K. (2021). Artificial Intelligence in Business-to-Business Marketing: A Bibliometric Analysis of Current Research Status, Development and Future Directions. *Journal of Business Research*, 1–42. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IMDS-05-2021-0300/full/html>
- Iis Saidah. (2021). MODEL INDUSTRI BISNIS MEDIA MASSA PADA ERA PERKEMBANGAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE (AI) DI INDONESIA. *JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 4(1), 2021.
- Irmansyah, D., Lokatra, A. B., Saputra, M., Faradillah, S., & Wulansari, A. (2023). ANALISIS PERKEMBANGAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM BIDANG BISNIS: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW. *Jurnal Teknologi Informasi*, 4(2). <https://doi.org/10.46576/djtechno>
- Jeske, T., Würfels, M., & Lennings, F. (2021). Development of Digitalization in Production Industry - Impact on Productivity, Management and Human Work. *Procedia Computer Science*, 180, 371–380. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.01.358>
- Kumar, S., Saini, A., Kumar, S., & Kumar, V. (2022). Bibliometric Analysis on Internet of Things (IoT) and Tourism Industry: A Study Based on Scopus Database. *South Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 2(1), 76–95. <https://doi.org/10.4038/sajth.v2i1.46>
- Li, S., Peng, G., Xing, F., Zhang, J., & Zhang, B. (2021). Value co-creation in industrial AI: the interactive role of B2B supplier, customer and technology provider. *Industrial Marketing Management*.
- Marpaung, S., Siregar, H., Abdillah, F., Fadila, H., & Manurung. (2023). Dampak Transformasi Digital terhadap Inovasi Model Bisnis dalam Start-up Teknologi. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*.
- Masriadi, & Bahri, H. (2024). THE INFLUENCE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE MEDIA INDUSTRY IN INDONESIA. *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*. <https://doi.org/10.29103/jsds.v%vi%i.17590>
- Menzies, J., Sabert, B., Hassan, R., & Mensah, P. K. (2024). Artificial intelligence for international business: Its use, challenges, and suggestions for future research and practice. *Thunderbird International Business Review*, 66(2), 185–200. <https://doi.org/10.1002/tie.22370>
- Paschen, Jeanette, Paschen, Ulrich, & Kietzmann, Jan. (2020). Artificial intelligence (AI) and value co-creation in B2B sales: Activities, actors and resources. *Australasian Marketing Journal*, 29(3), 1–27. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1016/j.ausmj.2020.06.004>
- Pongtambing Yulita, Sadno Muhammad, Pitrianti Siti, Admawati Harsi, Sampetoding, & Elijah. (2023). Peran dan Peluang Kecerdasan Buatan dalam Proses Bisnis UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1, 201–206. <https://journal.unm.ac.id/index.php/Ininnawa/article/view/564>
- Rana, N. P., Chatterjee, S., Dwivedi, Y. K., & Akter, S. (2022). Understanding dark side of artificial intelligence (AI) integrated business analytics: assessing firm's operational inefficiency and competitiveness. *European Journal of Information Systems*, 31(3), 364–387. <https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1955628>
- Reim, W., Åström, J., & Eriksson, O. (2020). Implementation of Artificial Intelligence (AI): A Roadmap for Business Model Innovation. *AI (Switzerland)*, 1(2), 180–191. <https://doi.org/10.3390/ai1020011>
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., Torres, J. A., & Pablo, J. D. E. (2021). Artificial intelligence in business and economics research: Trends and future. *Journal of Business Economics and Management*, 22(1), 98–117. <https://doi.org/10.3846/jbem.2020.13641>
- Safira, S. (2024). Revolutionizing Television Media: The Role Of Artificial Intelligence-Seera Safira Revolutionizing Television Media: The Role Of Artificial Intelligence. *Jurnal Ekonomi*, 13, 2024. <https://doi.org/10.54209/ekonomi.v13i02>
- Sektör, Ö., Dalı, İ. A., & Yeğin, T. (2020). THE PLACE AND FUTURE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN MARKETING STRATEGIES. *EKAV Akademi Dergisi*, 81, 489–506. <https://dergipark.org.tr/en/pub/sosekev/issue/72156/1161527>
- Sely. (2019). DAMPAK TEKNOLOGI AI TERHADAP TENAGA KERJA DALAM BIDANG AKUNTANSI MANAJEMEN. *Jurnal Pitis AKP*.
- Soni, N., Sharma, E. K., Singh, N., & Kapoor, A. (2019). *Impact of Artificial Intelligence on Businesses: from Research, Innovation, Market Deployment to Future Shifts in Business Models*. 1–38.

- Sui, B., & Yao, L. (2023). The impact of digital transformation on corporate financialization: The mediating effect of green technology innovation. *Innovation and Green Development*, 2(1).  
<https://doi.org/10.1016/j.igd.2022.100032>
- Suyitno, Wahyuningsih, Y., Putro, G., Fakhruddin, I., & Anisah, A. (2023). Diklat Nasional Online Optimalisasi Artificial Intelligence (AI) dalam Pembelajaran IKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4, 3149–3157. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i4>
- Tussyadia, I., Guerreiro, J., & Loureiro, S. (2020). Artificial Intelligence in Business: State of the Art and Future Research Agenda. *Journal of Business Research*.
- Verma, S., Sharma, R., Deb, S., & Maitra, D. (2021). Artificial intelligence in marketing: Systematic review and future research direction. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(1).  
<https://doi.org/10.1016/j.ijime.2020.100002>

ORIGINALITY REPORT

**40%**  
SIMILARITY INDEX

**39%**  
INTERNET SOURCES

**33%**  
PUBLICATIONS

**24%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

|   |                                                                                                           |     |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | <a href="http://jurnal.dharmawangsa.ac.id">jurnal.dharmawangsa.ac.id</a><br>Internet Source               | 13% |
| 2 | <a href="http://ntnuopen.ntnu.no">ntnuopen.ntnu.no</a><br>Internet Source                                 | 1%  |
| 3 | <a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a><br>Internet Source                             | 1%  |
| 4 | <a href="http://www.ejournal.seaninstitute.or.id">www.ejournal.seaninstitute.or.id</a><br>Internet Source | 1%  |
| 5 | <a href="http://journal.trunojoyo.ac.id">journal.trunojoyo.ac.id</a><br>Internet Source                   | 1%  |
| 6 | <a href="http://dergipark.org.tr">dergipark.org.tr</a><br>Internet Source                                 | 1%  |
| 7 | Submitted to Universita degli Studi di Torino<br>Student Paper                                            | 1%  |
| 8 | <a href="http://scholarworks.waldenu.edu">scholarworks.waldenu.edu</a><br>Internet Source                 | 1%  |
| 9 | Submitted to Les Roches Marbella<br>Student Paper                                                         | 1%  |

|    |                                                                                                               |     |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 10 | <a href="http://www.diva-portal.org">www.diva-portal.org</a><br>Internet Source                               | 1 % |
| 11 | Submitted to Universidad Internacional de la Rioja<br>Student Paper                                           | 1 % |
| 12 | <a href="http://jcs.greenpublisher.id">jcs.greenpublisher.id</a><br>Internet Source                           | 1 % |
| 13 | <a href="http://journal.scadindependent.org">journal.scadindependent.org</a><br>Internet Source               | 1 % |
| 14 | <a href="http://lauda.ulapland.fi">lauda.ulapland.fi</a><br>Internet Source                                   | 1 % |
| 15 | Submitted to MCI Management Centre Innsbruck<br>Student Paper                                                 | 1 % |
| 16 | <a href="http://papers.academic-conferences.org">papers.academic-conferences.org</a><br>Internet Source       | 1 % |
| 17 | <a href="http://symorg.fon.bg.ac.rs">symorg.fon.bg.ac.rs</a><br>Internet Source                               | 1 % |
| 18 | <a href="http://journal.literasisainsnusantara.com">journal.literasisainsnusantara.com</a><br>Internet Source | 1 % |
| 19 | Submitted to Monash University<br>Student Paper                                                               | 1 % |
| 20 | <a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a><br>Internet Source                             | 1 % |

|    |                                                                                           |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 21 | <a href="http://liba.edu">liba.edu</a><br>Internet Source                                 | 1 %  |
| 22 | <a href="http://sajbm.org">sajbm.org</a><br>Internet Source                               | 1 %  |
| 23 | Submitted to Erasmus University of Rotterdam<br>Student Paper                             | 1 %  |
| 24 | <a href="http://jurnal.ut.ac.id">jurnal.ut.ac.id</a><br>Internet Source                   | <1 % |
| 25 | Submitted to Asia e University<br>Student Paper                                           | <1 % |
| 26 | <a href="http://ejournal.sisfokomtek.org">ejournal.sisfokomtek.org</a><br>Internet Source | <1 % |
| 27 | <a href="http://www.rewangrencang.com">www.rewangrencang.com</a><br>Internet Source       | <1 % |
| 28 | <a href="http://dokumen.pub">dokumen.pub</a><br>Internet Source                           | <1 % |
| 29 | <a href="http://repository.uhamka.ac.id">repository.uhamka.ac.id</a><br>Internet Source   | <1 % |
| 30 | <a href="http://www.atlantis-press.com">www.atlantis-press.com</a><br>Internet Source     | <1 % |
| 31 | <a href="http://cris.unibo.it">cris.unibo.it</a><br>Internet Source                       | <1 % |
| 32 | <a href="http://napier-repository.worktribe.com">napier-repository.worktribe.com</a>      |      |

<1 %

33

Submitted to Bournemouth University

Student Paper

<1 %

34

arxiv.org

Internet Source

<1 %

35

Devarila Wulandini, Ceacilia Srimindarti.  
"Pengaruh Sistem E-Filling, Pemahaman  
Perpajakan, Dan Sanksi Perpajakan Terhadap  
Kepatuhan Wajib Pajak UMKM (Studi Kasus  
Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Brangsong  
Kendal)", Journal of Economic, Bussines and  
Accounting (COSTING), 2023

Publication

<1 %

36

api.crossref.org

Internet Source

<1 %

37

Tim Jeske, Marlene Würfels, Frank Lennings.  
"Development of Digitalization in Production  
Industry – Impact on Productivity,  
Management and Human Work", Procedia  
Computer Science, 2021

Publication

<1 %

38

journal.mediapublikasi.id

Internet Source

<1 %

39

Safna Faradillah, Dimas Irmansyah, Beryl  
Ardhana Lokatara, Mohamad Ivan Saputra,

<1 %

Anita Wulansari. "ANALISIS PERKEMBANGAN  
ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM BIDANG  
BISNIS : SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW",  
Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi, 2023

Publication

|    |                                                                                                     |      |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 40 | <a href="http://iainbukittinggi.ac.id">iainbukittinggi.ac.id</a><br>Internet Source                 | <1 % |
| 41 | <a href="http://systems.enpress-publisher.com">systems.enpress-publisher.com</a><br>Internet Source | <1 % |
| 42 | <a href="http://uniwork.buxdu.uz">uniwork.buxdu.uz</a><br>Internet Source                           | <1 % |
| 43 | <a href="http://123dok.com">123dok.com</a><br>Internet Source                                       | <1 % |
| 44 | <a href="http://ir.pdpu.ac.in:8080">ir.pdpu.ac.in:8080</a><br>Internet Source                       | <1 % |
| 45 | <a href="http://sostech.greenvest.co.id">sostech.greenvest.co.id</a><br>Internet Source             | <1 % |
| 46 | <a href="http://www.acarindex.com">www.acarindex.com</a><br>Internet Source                         | <1 % |
| 47 | <a href="http://abdimasjumas.cattleyadf.org">abdimasjumas.cattleyadf.org</a><br>Internet Source     | <1 % |
| 48 | <a href="http://amazoniainvestiga.info">amazoniainvestiga.info</a><br>Internet Source               | <1 % |
| 49 | <a href="http://journal.unm.ac.id">journal.unm.ac.id</a><br>Internet Source                         | <1 % |

|    |                                                                                                                                                                                     |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 50 | <a href="http://journal.unnes.ac.id">journal.unnes.ac.id</a><br>Internet Source                                                                                                     | <1 % |
| 51 | <a href="http://ouci.dntb.gov.ua">ouci.dntb.gov.ua</a><br>Internet Source                                                                                                           | <1 % |
| 52 | <a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a><br>Internet Source                                                                                                       | <1 % |
| 53 | <a href="http://www.epstem.net">www.epstem.net</a><br>Internet Source                                                                                                               | <1 % |
| 54 | Gede Crisna Wijaya. "HAPPINESS AT WORK, WORK LIFE BALANCE, AND JOB SATISFACTION TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAYANG CAFE JIMBARAN", Jurnal Riset Entrepreneurship, 2024<br>Publication | <1 % |
| 55 | Septiana Arini, Farida Kurniawati. "Sikap Guru terhadap Anak Usia Dini dengan Autism Spectrum Disorder", Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini, 2020<br>Publication      | <1 % |
| 56 | <a href="http://sajems.org">sajems.org</a><br>Internet Source                                                                                                                       | <1 % |
| 57 | <a href="http://www.mdpi.com">www.mdpi.com</a><br>Internet Source                                                                                                                   | <1 % |
| 58 | M. Arief Algiffary. "Integrating the Use of ITIL Ver. 3 for Artificial Intelligence-Based Product Recommendation Feature on e-Commerce",                                            | <1 % |

# 2023 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Informations System (ICIMCIS), 2023

Publication

|    |                                                                                                                   |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 59 | <a href="https://arbeitsgemeinschaft.marketing">arbeitsgemeinschaft.marketing</a><br>Internet Source              | <1 % |
| 60 | <a href="http://ejournal.staialhikmahpariangan.ac.id">ejournal.staialhikmahpariangan.ac.id</a><br>Internet Source | <1 % |
| 61 | <a href="http://jurnal.poltekstpaul.ac.id">jurnal.poltekstpaul.ac.id</a><br>Internet Source                       | <1 % |
| 62 | <a href="http://klington-empire.com">klington-empire.com</a><br>Internet Source                                   | <1 % |
| 63 | <a href="http://www.slideshare.net">www.slideshare.net</a><br>Internet Source                                     | <1 % |
| 64 | <a href="http://www.unsoed.ac.id">www.unsoed.ac.id</a><br>Internet Source                                         | <1 % |

Exclude quotes Off  
Exclude bibliography On

Exclude matches Off