

Kecerdasan Buatan dalam Industri Ritel Online: Meningkatkan Pengalaman Pelanggan untuk Mendapatkan Keunggulan Kompetitif = Artificial Intelligence in Online Retail Industry: Improving Customer Experience to Gain Competitive Advantage

Fajar Setiawan, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20495311&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Kecerdasan buatan (AI) telah menjadi sebuah teknologi yang penting dan berdampak besar pada banyak aspek kehidupan kita. Penelitian ini secara khusus meneliti bagaimana kecerdasan buatan mempengaruhi pengalaman pelanggan dalam industri ritel online. Pengalaman pelanggan adalah factor penting dalam bisnis untuk memberikan keunggulan kompetitif. Karena itu, perusahaan menjadi lebih memperhatikan pengalaman pelanggan. Industri ritel online telah menjadi pengganti belanja ritel tradisional. Perusahaan berbasis e-commerce lainnya telah meningkatkan ketuntungannya dan menjadi lebih kompetitif dengan mengintegrasikan operasinya menggunakan AI. Saat ini, penjualan global e-commerce mencapai \$2.304 miliar pada tahun 2017 dan diperkirakan akan tumbuh sebesar \$ 4.878 miliar pada tahun 2021, yang berarti penjualan akan dua kali lipat hanya dalam empat tahun. Dengan bantuan AI, pengalaman pelanggan dapat ditingkatkan lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini meneliti tentang bagaimana AI dalam industri ritel online berperan dalam membentuk keunggulan kompetitif. Teori dasar untuk penelitian ini adalah dari pandangan berbasis sumber daya dan kemampuan dinamis dimana itu menganalisis tentang bagaimana perusahaan dapat memanfaatkan sumber dayanya dan terus beradaptasi di pasar yang dinamis. Karena ada banyak bukti bahwa kemajuan dalam informasi dan teknologi mempengaruhi kehidupan kita dengan cara yang lebih baik, harapan dalam penelitian ini adalah bahwa AI dapat secara drastis mengubah / meningkatkan cara kerja bisnis, dalam hal ini, pengalaman pelanggan.

ABSTRACT

Artificial Intelligence (AI) is becoming an important technology and has substantially impact on many aspects of our lives. This paper specifically examines how Artificial intelligence influence customer experience in the online retail industry. Customer experience is the critical factor of business to provide a competitive advantage. Because of that, companies are becoming more aware of customer experience. The online retail industry has become a substitute for traditional retail shopping. Other e-commerce-based companies also have increased profit and becoming more competitive by integrating its operation using AI. Currently, the global sales of e-commerce are \$2,304 billion in 2017 and are forecasted to grow for \$4,878 billion in 2021, which means the sales will be doubled in just four years. With the help of AI, the customer experience can be increased further. Thus, this research inspects on how AI in the online retail industry plays a role in shaping competitive advantage. The fundamental theory for this study is resource-based view and dynamic capabilities where it analyses on how companies able to utilize its resource and continuously adapt in the dynamic market. Because there is much proof that advancement in information and technology is affecting our lives in a better way, the expectation in this research is that AI can drastically change/improve how business works, in this case, the customer experience.