

## Digital Market Development with Artificial Intelligence in the Implementation of the Business Code of Ethics in Indonesia

Aulia Hanifah

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

**Corresponding Author:** Aulia Hanifah [namedauliah@gmail.com](mailto:namedauliah@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Key word:* Artificial Intelligence, Digital Business, Effectiveness, Code of Ethics, and Information Technology

### ABSTRAK

This research aims to analyze the influence of AI on the continued effectiveness of digital business processes and the implementation of digital business codes of ethics in Indonesia. This research was conducted using qualitative methods based on research references to test hypotheses. The research results show that advanced information technology, including AI, is able to increase the effectiveness of business processes with automation, personalization, and more effective marketing strategies, as well as the implementation of business codes of ethics, by increasing transparency, accountability, and community participation in business processes. However, the risk of violating the code of ethics is also higher and it is difficult to monitor the implementation of the code of ethics in business processes. This research explains that AI has a significant influence on the development of digital business process activities and the implementation of codes of ethics in digital business in Indonesia.

---

## Perkembangan *Digital Market* dengan *Artificial Intelligence* pada Penerapan Kode Etik Bisnis di Indonesia

Aulia Hanifah

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

**Corresponding Author:** Aulia Hanifah [namedauliah@gmail.com](mailto:namedauliah@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* AI, bisnis digital, efektivitas, kode etik, dan teknologi informasi.

*Received :* 20 September

*Revised :* 20 October

*Accepted:* 25 November

©2023 Hanifah: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh AI terhadap keberlangsungan efektivitas proses bisnis digital, dan penerapan kode etik bisnis digital di Indonesia. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif berdasarkan referensi penelitian untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan, bahwa kecanggihan teknologi informasi, diantaranya AI, mampu meningkatkan efektivitas proses bisnis dengan otomatisasi, personalisasi, dan strategi pemasaran yang lebih efektif, serta penerapan kode etik bisnis, dengan meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan partisipasi masyarakat dalam proses bisnis. Namun, risiko pelanggaran kode etik juga lebih tinggi dan sulit untuk memantau penerapan kode etik pada proses bisnis. Penelitian ini menjelaskan, bahwa AI memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan aktivitas proses bisnis digital, dan penerapan kode etik pada bisnis digital di Indonesia.

---

## PENDAHULUAN

*Artificial Intelligence* (AI) atau kecerdasan buatan, merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi yang mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, bertujuan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan dengan *database* yang disimpan pada mesin sebagai kumpulan informasi dan pengetahuan terkait permasalahan yang dihadapi, salah satunya, masalah bisnis.

Seiring berjalannya waktu, bisnis juga mengalami perkembangan pesat bersamaan dengan berkembangnya teknologi sehingga muncul berbagai jenis bisnis, diantaranya, bisnis digital dan konvensional. Selain itu, beberapa bisnis digital telah menerapkan AI untuk menjalankan proses bisnisnya, salah satunya, Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh AI terhadap keberlangsungan efektivitas proses bisnis digital, dan penerapan kode etik bisnis digital di Indonesia. Penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai wawasan mengenai pengaruh AI pada bisnis digital di Indonesia dalam efektivitas proses bisnis dan penerapan kode etik.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Artificial Intelligence (AI)*

Kecerdasan buatan merupakan salah satu cabang ilmu *computer sciences* yang berfungsi untuk menyelesaikan berbagai permasalahan terkait agar lebih efektif, dengan memasukkan *database* yang dimiliki sebagai pengetahuan dan informasi, kemudian diterjemahkan ke bahasa pemrograman untuk dipelajari oleh mesin. Pada bisnis digital, AI digunakan untuk meningkatkan efektivitas proses bisnis, agar lebih terstruktur dan efektif. (Busman, S. A., et al. 2022)

**H1:** AI mampu meningkatkan efektivitas proses bisnis digital dengan mempercepat jangka waktu aktivitas pada proses bisnis.

### *Code of Conduct*

Kode etik adalah kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak atau nilai mengenai benar dan salah yang dianut oleh suatu golongan atau masyarakat. Pada bisnis, kode etik berperan sebagai landasan kerja bagi pelaku bisnis untuk menaati peraturan yang telah ada. Namun, permasalahan etika bisnis dapat bervariasi tergantung dari fungsi dan masalah bisnis itu sendiri. Berikut etika bisnis pada bidang *production and marketing*, dan *information technology*;

#### A. Etika bisnis pada bidang *production and marketing*

Menurut undang-undang nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, dijelaskan berbagai perbuatan yang dilarang oleh pelaku usaha. Antara lain, pelaku usaha dilarang memproduksi dan/atau memperdagangkan barang atau jasa yang;

- 1) Tidak memenuhi syarat atau tidak sesuai dengan standar dan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- 2) Tidak sesuai dengan berat bersih, isi bersih atau netto, dan jumlah dalam hitungan pada label atau etiket barang tersebut.

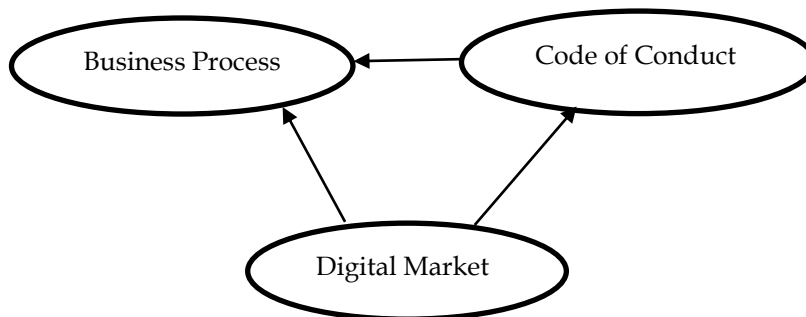
- 3) Tidak sesuai dengan ukuran, takaran, timbangan, dan jumlah hitungan ukuran yang sebenarnya.
- 4) Tidak sesuai dengan kondisi, jaminan, keistimewaan, atau kemanjuran pada label, etiket, atau keterangan barang dan/atau jasa tersebut.

B. Etika bisnis pada bidang *information technology*

Teknologi Informasi merupakan salah satu area permasalahan etika bisnis paling besar di era 1990-an sampai awal 2000. Permasalahan tersebut meliputi: serangan terhadap wilayah privasi seseorang, pengumpulan, penyimpanan, dan akses pada informasi usaha terutama melalui transaksi e-commerce, perlindungan hak cipta yang menyangkut pembuatan software, musik, dan hak kekayaan intelektual (Hasoloan, 2018).

**H2:** Kecanggihan teknologi informasi dapat menjadi faktor penting pengaruh penerapan kode etik pada bisnis digital.

### Kerangka Berpikir



Gambar 1. *Correlation in Digital Market*

Bisnis digital memiliki dua faktor penting yang memiliki korelasi antara satu sama lain, yaitu; proses bisnis dan kode etik. Hal tersebut juga dapat mempengaruhi nilai bisnis digital. Misalnya, jika salah satu penjual bertransaksi dengan konsumen, kemudian melakukan pengiriman barang, tetapi ketika sampai di lokasi konsumen, barang tersebut tidak sesuai dengan informasi yang tertera pada usahanya, hal tersebut merupakan pelanggaran etika bisnis di bidang produksi dan pemasaran, maka konsumen akan kecewa, dan hal ini dapat mengurangi nilai bisnis itu sendiri.

## METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif (*content analysis*), berdasarkan dokumen terkait pengaruh AI pada bisnis digital di Indonesia, dan penerapan kode etik bisnis. Kemudian hipotesis penelitian ini akan diuji validitasnya berdasarkan referensi penelitian.

## HASIL PENELITIAN

Berdasarkan *content analysis* yang telah dilakukan, hasil hipotesis dari penelitian ini, dinyatakan sebagai berikut;

No.	Hipotesis	Penjelasan
1.	AI mampu meningkatkan efektivitas proses bisnis digital dengan mempercepat jangka waktu aktivitas pada proses bisnis.	AI meningkatkan efektivitas proses bisnis dengan; <ul style="list-style-type: none"><li>• Otomatisasi proses pemesanan dan pembayaran sehingga mengurangi waktu dan biaya untuk memproses pesanan konsumen.</li><li>• Peningkatan personalisasi layanan konsumen disesuaikan dengan pemahaman AI terhadap perilaku konsumen.</li><li>• Pengembangan strategi pemasaran yang lebih efektif, dapat membantu bisnis digital menjangkau audiens secara lebih luas dan meningkatkan penjualan.</li></ul>
2.	Kecanggihan teknologi informasi dapat menjadi faktor penting pengaruh penerapan kode etik pada bisnis digital.	Kelebihan; <ul style="list-style-type: none"><li>• Peningkatan transparansi, memberikan informasi terkait yang lebih terbuka kepada publik.</li><li>• Peningkatan akuntabilitas, memberikan informasi terkait yang lebih akurat dan tepat waktu pada publik.</li><li>• Peningkatan partisipasi masyarakat, melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan.</li></ul> Kekurangan; <ul style="list-style-type: none"><li>• Risiko pelanggaran kode etik pada bisnis digital lebih tinggi, seperti pencurian data pelanggan, penipuan, dan hoax terkait pihak pemasaran.</li></ul>

		<ul style="list-style-type: none"><li>• Kesulitan memantau penerapan kode etik, karena memungkinkan pelaku dapat memanfaatkan celah dari peluang perkembangan teknologi informasi.</li></ul>
--	--	--

## PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan, bahwa AI sebagai salah satu bentuk kecanggihan teknologi informasi, dapat berdampak signifikan terhadap efektivitas proses bisnis dan penerapan kode etik dalam bisnis digital. Para pelaku bisnis digital, perlu memahami dan memanfaatkan potensi dan tantangan dari kedua faktor tersebut untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka.

## KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penelitian ini menjelaskan, bahwa AI sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan aktivitas proses bisnis, dan penerapan kode etik bisnis digital di Indonesia. Kode etik bisnis menjadi landasan kerja bagi para pihak terkait sehingga pihak pemasaran harus mematuhi ketentuan kode etik sesuai dengan perundang-undangan dan Pancasila, khususnya bisnis digital, yaitu;

- I. Bisnis digital dapat menerapkan AI pada proses bisnisnya untuk meningkatkan efektivitas dan produktivitas dalam produksi dan pemasaran sehingga dapat mengurangi biaya dan waktu proses bisnis, dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat tertentu.
- II. Teknologi yang digunakan pada bisnis digital, dapat dipastikan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku di kalangan masyarakat, menghormati dan menghargai hak konsumen dengan memberikan produk yang sesuai pada ketentuan, dan tidak menyalahgunakan data konsumen.
- III. Pengusaha bisnis digital mampu memastikan penggunaan teknologi mudah dipahami oleh pihak berwenang, seperti para pekerja maupun masyarakat, menyediakan transparansi kerja teknologi, dan informasi terkait kepada masyarakat.
- IV. Teknologi yang digunakan pada bisnis digital, dapat dipastikan tidak aman digunakan, mudah rentan dari serangan luar, seperti *malware*, serta mampu melindungi privasi bisnis maupun konsumen.

- V. Bisnis Digital menerapkan kebijakan kode etik bisnis terkait penggunaan teknologi dan mampu bertanggungjawab terhadap penggunaannya. (Firdaus, M. n.d.).

## PENELITIAN LANJUTAN

Penelitian ini lebih bersifat deskriptif dan teoritis, dan hasil dari penelitian belum tentu mewakili sebagian besar atau seluruh bisnis digital di Indonesia. Penelitian ini menggunakan referensi terkait yang kemudian disesuaikan dengan konteks penelitian. Selain itu, belum adanya data statistik yang dapat memperkuat bukti penggunaan AI pada bisnis digital di Indonesia, terutama pada efektivitas proses bisnis dan kode etik bisnis. Penelitian lanjutan dapat dilakukan dengan metode kuantitatif pengumpulan data yang lebih representatif, dengan melakukan survei atau wawancara kepada pelaku bisnis digital di Indonesia terkait penggunaan AI dalam menjalankan proses bisnisnya sehingga penelitian akan menjadi lebih akurat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Busman, S. A., & Ananda, N. A. (2022). Artificial Intelligence and Digital Marketing Role in Increasing Consumer Purchase Intention. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 5(01), 63-68. ISSN-2379-106X. Retrived from <https://www.aijbm.com/wpcontent/uploads/2022/01/H516368.pdf>
- Firdaus, M. (n.d.). Artificial Intelligence Ethics Guidelines in Indonesia. Retrived from [https://www.academia.edu/download/67888797/Muhammad\\_Firdaus\\_Artificial\\_Intelligence\\_Ethics\\_Guidelines\\_in\\_Indonesia.pdf](https://www.academia.edu/download/67888797/Muhammad_Firdaus_Artificial_Intelligence_Ethics_Guidelines_in_Indonesia.pdf)
- Hasoloan, A. (2018). Peranan etika bisnis dalam perusahaan bisnis. *Warta Dharmawangsa*, (57). <https://doi.org/10.46576/wdw.v0i57.141>
- Holmström, J. (2022). From AI to digital transformation: The AI readiness framework. *Business Horizons*, 65(3), 329-339. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2021.03.006>
- Mahaputra, M. R., & Saputra, F. (2021). Application Of Business Ethics And Business Law On Economic Democracy That Impacts Business Sustainability. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 1(3), 115-125. <https://doi.org/10.38035/jlph.v1i3.56>

Perifanis, N. A., & Kitsios, F. (2023). Investigating the influence of artificial intelligence on business value in the digital era of strategy: A literature review. *Information*, 14(2), 85. Retrived from <https://www.mdpi.com/2078-2489/14/2/85>

Sullivan, Y. W., & Fosso Wamba, S. (2022). Moral judgments in the age of artificial intelligence. *Journal of Business Ethics*, 178(4), 917-943. <https://doi.org/10.1007/s10551-022-05053-w>